



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS (UFG)
FACULDADE DE ARTES VISUAIS (FAV)
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARTE E CULTURA VISUAL
– Mestrado –

LAURA MATIAS DOS SANTOS TELES

**VISTO E EXISTO: VISUALIDADES DO CORPO NO CURSO DE
DESIGN DE MODA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS**

GOIÂNIA

2026



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE ARTES VISUAIS

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO (TECA) PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TESES E DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a [Lei 9.610/98](#), o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo das Teses e Dissertações disponibilizado na BDTD/UFG é de responsabilidade exclusiva do autor. Ao encaminhar o produto final, o autor(a) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

1. Identificação do material bibliográfico

☒ Dissertação ☐ Tese ☐ Outro*: _____

*No caso de mestrado/doutorado profissional, indique o formato do Trabalho de Conclusão de Curso, permitido no documento de área, correspondente ao programa de pós-graduação, orientado pela legislação vigente da CAPES.

Exemplos: Estudo de caso ou Revisão sistemática ou outros formatos.

2. Nome completo do autor

LAURA MATIAS DOS SANTOS TELES

3. Título do trabalho

VISTO E EXISTO: VISUALIDADES DO CORPO NO CURSO DE DESIGN DE MODA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

4. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador)

Concorda com a liberação total do documento ☒ SIM ☐ NÃO¹

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante:

- a) consulta ao(a) autor(a) e ao(a) orientador(a);
- b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo da tese ou dissertação.

O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.

Obs. Este termo deverá ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.



Documento assinado eletronicamente por **Laura Matias Dos Santos Teles, Discente**, em 27/04/2026, às 10:58, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Carla Luzia De Abreu, Professora do Magistério Superior**, em 27/04/2026, às 11:07, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **6154183** e o código CRC **F0C36D97**.

LAURA MATIAS DOS SANTOS TELES

**VISTO E EXISTO: VISUALIDADES DO CORPO NO CURSO DE DESIGN DE
MODA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Arte e Cultura Visual – Mestrado – da Faculdade de Artes Visuais da Universidade Federal de Goiás, como requisito para obtenção do título de Mestra em Arte e Cultura Visual.

Área de concentração: Artes, Cultura e Visualidades
Linha de pesquisa: Educação, Arte e Cultura Visual
Orientação: Profa. Dra. Carla Luzia de Abreu

GOIÂNIA

2026

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Teles, Laura Matias dos Santos
VISTO E EXISTO: [Manuscrito]: VISUALIDADES DO CORPO NO CURSO
DE DESIGN DE MODA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS (2024-2025) /
Laura Matias dos Santos Teles. - 2026.
CLVI, 156 f.: 2026

Orientadora: Prof(a). Dra. Carla Luzia De Abreu
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de
Artes Visuais (FAV), Programa de Pós-Graduação em Arte e Cultura Visual,
Goiânia, 2026.
Anexo.
Apêndice.
Bibliografia.
Inclui: siglas, lista de figuras.

1. Moda. 2. Cultura Visual. 3. Visualidades do Corpo. 4. Identidades.

I. De Abreu, Carla Luzia, orient. II. Título.

CDU 7



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

FACULDADE DE ARTES VISUAIS

ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

Ata nº 07/2026 da sessão de Defesa de Dissertação de **Laura Matias dos Santos Teles**, que confere o título de Mestra em Arte e Cultura Visual, na área de concentração em Artes, Cultura e Visualidades.

Aos trinta dias do mês de março de dois mil e vinte e seis, a partir das quatorze horas e trinta minutos, realizou-se, por videoconferência, a sessão pública de Defesa de Dissertação intitulada “VISTO E EXISTO: VISUALIDADES DO CORPO NO CURSO DE DESIGN DE MODA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS”. Os trabalhos foram instalados pela Orientadora, Professora Doutora Carla Luzia de Abreu (PPGACV/FAV/UFG) com a participação dos demais membros da Banca Examinadora, Professoras Doutoras Lilian Ucker Perotto (PPGACV/FAV/UFG), membro titular interno; Lorena Pompei Abdala (FAV/UFG); e, Marina Carmello Cunha (FAV/UFG), como membros externos. Durante a arguição os membros da banca **não fizeram** sugestão de alteração do título do trabalho. A Banca Examinadora reuniu-se em sessão secreta a fim de concluir o julgamento da Dissertação, tendo sido a candidata **aprovada**. As membras da banca destacam a qualidade do trabalho de campo e a contribuição na articulação entre a área de Moda e os estudos de Cultura Visual. Proclamados os resultados pela Professora Doutora Carla Luzia de Abreu, Presidente da Banca Examinadora, foram encerrados os trabalhos e, para constar, lavrou-se a presente ata que é assinada pelos Membros da Banca Examinadora, aos trinta dias do mês de março de dois mil e vinte e seis.

TÍTULO SUGERIDO PELA BANCA



Documento assinado eletronicamente por **Carla Luzia De Abreu, Professora do Magistério Superior**, em 30/03/2026, às 16:25, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Marina Carmello Cunha, Professora do Magistério Superior**, em 30/03/2026, às 16:26, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Lorena Pompei Abdala, Professora do Magistério Superior**, em 30/03/2026, às 16:26, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Lilian Ucker Perotto, Professora do Magistério Superior**, em 30/03/2026, às 16:27, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **6093347** e o código CRC **4999D3ED**.

Referência: Processo nº 23070.016291/2026-77

SEI nº 6093347

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS (UFG)
FACULDADE DE ARTES VISUAIS (FAV)
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARTE E CULTURA VISUAL
– Mestrado –

**VISTO E EXISTO: VISUALIDADES DO CORPO NO CURSO DE DESIGN DE
MODA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS**

LAURA MATIAS DOS SANTOS TELES

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. *Carla Luzia de Abreu*
Orientação e Presidente da Mesa – (PPGACV/FAV/UFG)

Profa. Dra. *Profa. Dra. Lilian Ucker Perotto*
Membro interno – (PPGACV/FAV/UFG)

Profa. Dra. *Lorena Pompei Abdala*
Membro externo – (FAV/UFG)

Profa. Dra. *Marina Carmello Cunha*
Membro externo – (FAV/UFG)

Prof. Dr. *Thiago Sant'anna e Silva*
Suplente interno – (PPGACV/FAV/UFG)

Profa. Dra. *Rita Morais de Andrade*
Suplente externa – (FAV/UFG)

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior do Brasil – CAPES.

RESUMO

Esta dissertação compreende como estudantes de Design de Moda (2024-2025) elaboram e expressam suas identidades por meio de visualidades corporais, considerando as complexas relações entre corpo, vestuário, subjetividade e pertencimento. A pesquisa parte da compreensão de que o corpo é um território simbólico onde se inscrevem discursos sociais, políticos e culturais, sendo constantemente atravessado por normas de gênero, raça, classe e padrões estéticos hegemônicos. A partir de uma abordagem qualitativa com um viés exploratório e interpretativo, foram realizadas entrevistas semiestruturadas e uma atividade de produção de painéis visuais, entendidos como narrativas visuais de si. Os dados foram analisados à luz de referenciais teóricos que abordam identidade, representação e cultura visual, buscando compreender como as/os estudantes negociam suas visualidades e produzem sentidos de si na relação com o mundo. A investigação confirmou que os corpos vestem não apenas roupas, mas experiências, afetos, memórias e formas de resistência. Os painéis visuais se constituíram como dispositivos potentes de expressão subjetiva, permitindo aos/ às participantes tensionar normas e afirmar singularidades. As narrativas das entrevistas realizadas evidenciaram deslocamentos em relação a modelos padronizados de beleza e comportamento, assim como a busca por pertencimento em espaços formativos. A pesquisa aponta para a necessidade de ampliar o debate sobre a moda como linguagem cultural e política, capaz de veicular identidades plurais e provocar deslocamentos nos modos de ver, vestir e existir. A dissertação propõe, assim, uma reflexão sobre a potência das pedagogias visuais na formação em design de moda, valorizando os saberes encarnados no corpo e nas imagens produzidas pelos sujeitos participantes da pesquisa.

Palavras-chave: Moda; Cultura Visual; Visualidades do corpo; Identidades.

ABSTRACT

This dissertation examines how Fashion Design students (2024–2025) construct and express their identities through bodily visualities, considering the complex relationships between body, clothing, subjectivity, and belonging. The study is grounded in the understanding that the body constitutes a symbolic territory upon which social, political, and cultural discourses are inscribed, being constantly shaped by norms related to gender, race, class, and hegemonic aesthetic standards. Adopting a qualitative approach with an exploratory and interpretative orientation, the research involved semi-structured interviews and a visual panel production activity, understood as visual narratives of the self. The data were analyzed in light of theoretical frameworks addressing identity, representation, and visual culture, with the aim of understanding how students negotiate their visualities and produce meanings about themselves in relation to the world. The findings indicate that bodies do not merely wear clothing, but also embody experiences, affections, memories, and forms of resistance. The visual panels emerged as powerful devices for subjective expression, enabling participants to challenge norms and affirm singularities. The interview narratives revealed shifts in relation to standardized models of beauty and behavior, as well as an ongoing search for belonging within educational spaces. The research highlights the need to expand discussions on fashion as a cultural and political language, capable of conveying plural identities and fostering transformations in ways of seeing, dressing, and existing. Thus, the dissertation proposes a reflection on the potential of visual pedagogies in Fashion Design education, emphasizing the value of embodied knowledge expressed through the body and the images produced by the research participants.

Keywords: Fashion; Visual Culture; Bodily Visualities; Identities.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Lucilene Kalunga e Bela Gil. Coleção Foguete, por Naya Violeta.....	51
Figura 2. Erika Hilton. Coleção Foguete, por Naya Violeta.	52
Figura 3. Coleção MethAMORfose, por Thear.	56
Figura 4. Figura 4. Sylvia Demetresco. Coleção MethAMORfose, por Thear.	57
Figura 5. <i>Moodboard</i> construído pela participante Miuccia Prada.....	108
Figura 6. <i>Moodboard</i> construído pela participante Coco Chanel.....	109
Figura 7. <i>Moodboard</i> construído pela participante Cristóbal Balenciaga.	111
Figura 8. Painel semântico elaborado pela estudante Stella McCartney.	87
Figura 9. Peça elaborada pela estudante para o Fashion Gala 2025.	88
Figura 10. Painel semântico elaborado pela estudante Viviane Westwood.	90
Figura 11. Peça elaborada pela estudante para o Fashion Gala 2025.	92
Figura 12. Painel semântico elaborado pela estudante Carolina Herrera.	94
Figura 13. Peça elaborada pela estudante para o Fashion Gala 2025	95

LISTA DE ABREVIações E SIGLAS

CEP	Comitê de Ética em Pesquisa
FAV	Faculdade de Artes Visuais
PCDs	Pessoas com Deficiências
PPC	Projeto Pedagógico de Curso
PPGACV	Programa de Pós-Graduação em Arte e Cultura Visual
SPFW	São Paulo Fashion Week
TCC	Trabalho de Conclusão de Curso
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
UFG	Universidade Federal de Goiás

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
1. CULTURA VISUAL, MODA E IDENTIDADE	19
1.1. Cultura Visual: um campo transdisciplinar	19
1.2 Moda e Estudos Culturais	23
1.3. A moda, o corpo e a produção de subjetividades	30
2. VISUALIDADES DO CORPO E MODOS DE VER	37
2.1. Modos de ver e regimes de visibilidade	38
2.2. Visualidades da Moda: corpo, normas e subjetivação	43
2.2.1. Naya Violeta	48
2.2.2. Thear	53
3. MODA E IDENTIDADE NO CONTEXTO ACADÊMICO: PROCESSOS METODOLÓGICOS.....	59
3.1 O curso de Design de Moda da UFG: estrutura e perfil discente e docente.....	60
3.2 Caminhos metodológicos: observação, escuta sensível e produção imagética	65
3.2.1. Observação participante: práticas e interações no ambiente acadêmico.....	66
3.2.2. As entrevistas e as percepções sobre identidades e visualidades do corpo	71
3.2.3. Painéis visuais (<i>moodboards</i>): significados e representações	74
3.3. O evento <i>FAV Fashion Gala2025</i>	75
4. VISUALIDADES DO CORPO: IDENTIDADES, NEGOCIAÇÕES E PERTENCIMENTOS	83
4.1. Influência socioculturais e ideológicas	84
4.2. Visualidades do corpo como expressão de singularidade.....	106
4.3. Identidade e pertencimento	121
4.4. Dinâmicas de poder e normatividade	128
comentários de encerramento	140
REFERÊNCIAS	144
Apêndice	149
Anexo	151

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa tem como objeto de estudo as identidades e as visualidades do corpo produzidas por discentes do curso de Design de Moda da Universidade Federal de Goiás (UFG), no período compreendido entre os anos de 2024 e 2025. Tais visualidades são analisadas à luz do campo das Pedagogias Culturais, dos estudos em Moda e, de modo particular, dos estudos em Cultura Visual. O interesse central da investigação consiste em compreender de que maneira as/os estudantes performam suas corporeidades como forma de expressar ideias, valores e concepções de mundo, bem como compreender as implicações dessas visualidades em suas trajetórias acadêmicas e nos processos de construção identitária.

De acordo com os pesquisadores Irene Tourinho e Raimundo Martins (2011), as percepções individuais estão vinculadas a múltiplos elementos que integram a vida sociocultural, tais como as influências recebidas, os significados atribuídos às experiências e os posicionamentos adotados diante de estereótipos, expectativas, comportamentos e práticas cotidianas. Esses elementos, conforme os autores, compõem os repertórios de visualidades e as biografias visuais dos sujeitos, contribuindo para moldar suas formas de ver, interpretar e de estar no mundo. Tais processos são permeados por ideologias e lógicas que integram o regime escópico¹ de determinado tempo e lugar.

Os estudos de cultura visual buscam destacar a “[...] relevância que as representações visuais e as práticas culturais têm dado ao ‘olhar’ em termos das construções de sentido e das subjetividades no mundo contemporâneo.” (Hernández, 2007, p. 27). Nessa mesma direção, o pesquisador espanhol Fernando Hernández (2011) enfatiza as maneiras pelas quais as visualidades influenciam a forma como nos percebemos no interior das relações sociais, ao afirmar que isso ocorre “porque o que vemos forma parte e ao mesmo tempo produz um discurso que regula não apenas o olhar, mas quem olha” (2011, p. 36).

Sob essa perspectiva, compreender a influência das visualidades do corpo na construção das identidades discentes, bem como investigar os efeitos dessas

¹ Regime escópico é um termo que se refere ao conjunto de normas, convenções e práticas sociais e culturais que moldam a maneira como vemos e percebemos o mundo ao nosso redor. Martin Jay (2002) utiliza esse conceito para discutir como a visão e a forma de olhar são moldadas por estruturas de poder, ideologia e contextos históricos.

visualidades nos processos de subjetivação dos sujeitos revela-se como uma perspectiva importante para os estudos da Cultura Visual. A presente pesquisa dialoga com esse campo ao ampliar as discussões sobre as visualidades no mundo contemporâneo, considerando que “a moda – enquanto fenômeno cultural e forma de representação visual do sujeito – faz parte do campo de interesses da Cultura Visual e do fazer das Artes” (Matos; Mendonça, 2008, p. 300).

A partir dessa perspectiva, a corporeidade extrapola a materialidade do corpo, articulando-se ao seu devir, às vivências e às subjetividades dos indivíduos. Como afirma Ymiracy Polak (1997, p. 37), “é o contido em todas as dimensões humanas; não é algo objetivo, pronto e acabado, mas processo contínuo de redefinições; é o resgate do corpo, é o deixar fluir, falar, viver, escutar, permitir ao corpo ser o ator principal, é vê-lo em sua dimensão realmente humana”. Desse modo, a construção das identidades pessoais e sociais envolve a mediação da corporeidade, uma vez que o corpo e suas visualidades atuam como mediadores das relações com o mundo e, portanto, dos modos de comunicação entre sujeitos e grupos.

A visualidade, por sua vez, não se restringe aos aspectos visuais, na medida em que também se refere às formas pelas quais a visão é culturalmente construída e moldada por contextos e interações sociais. Nesta pesquisa, as visualidades do corpo se referem às formas pelas quais cada indivíduo se apresenta ao mundo, configurando-se como um dos elementos constitutivos de sua identidade exterior. Elas abrangem o conjunto de artefatos estéticos manifestos nos modos de vestir e de adornar-se, os quais influenciam os processos de atribuição de sentidos e afetos no interior dos grupos sociais. Nessa direção, as corporeidades e as visualidades constituem formas de posicionamento e de relação dos indivíduos consigo mesmos e com o mundo.

Nesse contexto, a **pergunta** que orienta esta investigação é: como os(as) estudantes do curso de Design de Moda da UFG elaboram e tornam visíveis suas identidades por meio das visualidades produzidas por seus corpos, de modo a expressar singularidades e, simultaneamente, promover sinais de identificação e pertencimento?

As identidades individuais são construídas a partir das subjetividades, que, embora singulares, são também coletivas, uma vez que resultam da interação entre diferentes grupos e de suas representações simbólicas. Stuart Hall (2000, p. 111-112) utiliza o termo identidade para significar

[...] o ponto de encontro, o ponto de sutura, entre, por um lado, os discursos e as práticas que tentam nos 'interpelar', nos falar ou nos convocar para que assumamos nossos lugares como os sujeitos sociais de discursos particulares e, por outro lado, os processos que produzem subjetividades que nos constroem como sujeitos aos quais se pode 'falar'.

As visualidades do corpo, por sua vez, estão intimamente associadas às formas pelas quais os indivíduos performam suas identidades sociais (Crane, 2006), sempre situadas em contextos culturais, sociais e econômicos específicos. Nas sociedades ocidentais contemporâneas, marcadas pelo hedonismo, pela fugacidade e pela transitoriedade, o sistema da moda desempenha um papel central ao articular-se com os processos de pertencimento e de distinção entre grupos sociais (Caraciola, 2018).

Campos (2012, p. 32) esclarece que “os artefatos estéticos estão engendrados num ambiente cultural e visam preencher um espaço simbólico e comunicacional (...)”, razão pela qual as visualidades do corpo constituem componentes representativos, produtores de discursos e geradores de efeitos de sentido. Essa dimensão é particularmente relevante no contexto educacional, como no curso de Design de Moda da Universidade Federal de Goiás, espaço no qual esta pesquisa se insere.

Desse modo, os posicionamentos identitários se configuram como escolhas transitórias e situadas, determinadas pelas negociações inerentes aos processos de identificação e pertencimento, e não apenas por critérios pré-estabelecidos, tais como família, nacionalidade, orientação sexual ou sexo biológico. Nesse contexto, o vestuário exerce influência significativa na constituição das identidades contemporâneas, uma vez que “identidade e diferença estão estritamente ligadas às relações sociais e, principalmente, às relações de poder”, na medida em que “[...] as relações de poder são estabelecidas a partir da interação entre os indivíduos na sociedade e são produzidas a partir de suas representações, pois é por meio delas que os sujeitos atribuem sentido ao mundo” (Pereira; Abreu, 2018, p. 698).

Evidenciar como as diferenças e as identidades são representadas pelos discentes do curso de Design de Moda da Universidade Federal de Goiás (UFG), bem como compreender de que maneira tais representações são socialmente incorporadas nesse contexto, implica compreender os mecanismos que buscam normatizar o corpo adornado a partir de determinadas noções de verdade. Assim, as visualidades do corpo podem ser compreendidas tanto como formas de resistência e subversão às lógicas hegemônicas quanto como estratégias conscientes de construção das maneiras de se apresentar ao mundo, para além das determinações socialmente impostas a esses sujeitos.

O **objetivo geral** desta pesquisa consiste em compreender como os(as) estudantes do curso de Design de Moda da UFG elaboram, negociam e visibilizam suas identidades por meio das visualidades do corpo, com o intuito de expressar singularidades e promover sinais de identificação e pertencimento. Para alcançá-lo, apresento os seguintes objetivos específicos: a) Investigar as influências culturais, sociais e ideológicas que moldam as visualidades corporais de um grupo de estudantes do curso de Design de Moda da UFG; b) Examinar como as visualidades do corpo são utilizadas pelos estudantes para expressar suas singularidades, subjetividades e identidades pessoais; c) Identificar como as identidades e visualidades do corpo refletem e influenciam os processos de identificação e pertencimento no contexto acadêmico; d) Compreender as dinâmicas de poder envolvidas na construção das visualidades do corpo produzidas por esse grupo de estudantes, bem como as formas de resistência usadas para subverter as normas hegemônicas.

Para atender a esses objetivos, a pesquisa foi conduzida a partir de uma abordagem qualitativa, a qual possibilitou a exploração aprofundada das experiências, percepções e narrativas de um grupo de estudantes do curso de Design de Moda da Universidade Federal de Goiás. Os procedimentos metodológicos foram delineados com base na perspectiva da Cultura Visual na Educação e em suas intersecções com as Pedagogias Culturais, e adotei os conceitos de visualidades, identidades e representações como eixos analíticos centrais.

A coleta de dados ocorreu por meio de diferentes instrumentos e etapas: observação participante no contexto do curso de Design de Moda, realizada entre os meses de setembro e outubro de 2024; entrevistas semiestruturadas, conduzidas em novembro de 2024; desenvolvimento de uma atividade com parte dos(as) estudantes participantes das entrevistas, entre dezembro de 2024 e janeiro de 2025; e acompanhamento dos trabalhos desenvolvidos para o projeto de extensão *FAV Fashion Gala*, no período compreendido entre outubro e dezembro de 2025.

No total, participaram da pesquisa 13 estudantes. Os dados sociodemográficos levantados revelaram o seguinte perfil: em relação ao gênero, 9 participantes se identificaram como mulheres, 3 como homens e 1 como não binário; quanto à identidade de gênero, 12 declararam-se cisgênero e 1, transexual. No que se refere à orientação sexual, 4 participantes se identificaram como heterossexuais, 7 como bissexuais e 2 como homossexuais. No quesito cor/raça, 5 estudantes se

autodeclararam brancos(as), 5 pardos(as) e 3 negros(as). Em relação à faixa etária, todos(as) os(as) participantes situam-se entre 20 e 25 anos.

A dissertação está estruturada em quatro capítulos. O primeiro, intitulado *Cultura Visual, Moda e Identidade*, destaca a transdisciplinaridade dos estudos de Cultura Visual e seus entrelaçamentos com o campo da Moda. Nesse capítulo, é apresentado um mapeamento teórico e conceitual que fundamenta a pesquisa, com ênfase especial nos conceitos de identidade e representação, centrais para o desenvolvimento do estudo.

O segundo capítulo, intitulado *Visualidades do Corpo e Modos de Ver*, discute os modos de ver e os regimes de visibilidade mediados pela moda, realçando como esta pode tanto reforçar quanto tensionar representações socialmente construídas. O capítulo também explora a moda enquanto dispositivo cultural e político e apresenta as marcas goianas Naya Violeta e Thear, que, por meio de suas propostas estéticas e conceituais, contribuem para a reinvenção de identidades e de formas de expressão.

O terceiro capítulo, intitulado *Moda e Identidade no Contexto Acadêmico: Processos Metodológicos*, apresenta os procedimentos metodológicos adotados para o desenvolvimento da pesquisa. Nesse sentido, é apresentado o curso de Design de Moda da Universidade Federal de Goiás, destacando-se sua estrutura, bem como o perfil discente e docente. O capítulo também descreve os métodos e as estratégias de investigação mobilizados, os quais possibilitaram a exploração das experiências e percepções de um grupo de estudantes do referido curso.

Por fim, o quarto capítulo, intitulado *Moda e Pertencimento no Curso de Design de Moda da UFG*, dediquei-me à análise empírica dos dados coletados e às discussões deles decorrentes. Nesse capítulo, examino de que modo as visualidades do corpo são mobilizadas pelos(as) estudantes para expressar singularidades, subjetividades e identidades pessoais, bem como essas visualidades refletem e influenciam os processos de identificação e pertencimento no contexto acadêmico, buscando compreender as dinâmicas de poder envolvidas e as formas de resistência acionadas pelos(as) estudantes frente às normatividades impostas.

1. CULTURA VISUAL, MODA E IDENTIDADE

Nesta pesquisa, a Cultura Visual é compreendida como um campo transdisciplinar dedicado à investigação dos efeitos das visualidades e, conseqüentemente, dos modos de ver, representar e construir identidades no mundo contemporâneo. Trata-se de um campo capaz de dialogar com diferentes áreas do conhecimento, entre elas a Moda, ao problematizar as imagens, os artefatos visuais e as práticas culturais que atravessam a vida social.

A moda, por sua vez, atua na produção e na circulação de significados no interior das práticas sociais, se configurando como um importante veículo de construção e expressão de identidades culturais, sociais, de gênero, raça e classe. Nessa direção, ancora-se no campo da Cultura Visual ao salientar o papel das imagens e das visualidades na constituição das subjetividades, destacando as visualidades do corpo como artefatos centrais para a compreensão das dinâmicas socioculturais contemporâneas.

O vestir, entendido como um ato de significação constitui uma forma de representação simbólica e subjetiva dos sujeitos. O corpo, por sua vez, se apresenta como uma materialidade socialmente construída, à qual são atribuídos significados fundamentais nos processos de produção das subjetividades, especialmente aquelas mediadas pela moda. Assim, corpo, vestuário e visualidade se articulam como instâncias indissociáveis na produção de sentidos, identidades e modos de estar no mundo. Nessa direção, neste capítulo, apresento um mapeamento teórico e conceitual que fundamenta a pesquisa, a partir da perspectiva da Cultura Visual.

1.1. Cultura Visual: um campo transdisciplinar

Os estudos da cultura visual destacam a “[...] relevância que as representações visuais e as práticas culturais têm dado ao ‘olhar’ em termos das construções de sentido e das subjetividades no mundo contemporâneo” (Hernández, 2007, p. 27), na medida em que as visualidades influenciam as formas como nos vemos no interior das relações sociais. Desse modo, mais do que examinar o modo como as imagens foram criadas, os estudos de cultura visual buscam investigar os efeitos das visualidades nos processos de subjetivação dos sujeitos.

Enquanto um conjunto de meios críticos para a investigação das visualidades, “a cultura visual pode ser compreendida como um sistema composto por um conjunto de universos e sub-universos, com seus agentes, objetos e processos particulares de produção, difusão e recepção de bens visuais” (Campos, 2012, p. 23). Para Hernández (2011), a Cultura Visual constitui uma condição cultural para a compreensão das práticas sociais que, especialmente na época atual, afeta como vemos a nós mesmos e ao mundo e, portanto, os modos de ser e agir dos indivíduos, sobretudo em sociedades que se encontram imersas em universos imagéticos.

Por sua vez, o pesquisador estadunidense Nicholas Mirzoeff (2003, p. 4) compreende que “o primeiro passo para estudos de cultura visual é um reconhecimento de que a imagem visual não é estável, mas muda a sua relação com a realidade exterior em momentos particulares da modernidade”, na medida em que as imagens são interpeladas por fatores culturais, históricos e sociais.

Dentro desse campo de estudos, além de analisar o contexto em que os artefatos visuais foram criados, é necessário examinar os efeitos das visualidades sobre os sujeitos, considerando que “quem olha o quê e de que modo, são indagações centrais para entender a cultura visual de um determinado período histórico ou recorte social” (Campos, 2012, p. 23).

A cultura visual, portanto, se configura “como um sistema em que os modos de olhar e representar visualmente o que nos rodeia são, histórica e culturalmente modelados” (Campos, 2012, p. 23). Hernández a define como “um campo de estudo interdisciplinar ou adisciplinar que indaga sobre as práticas culturais do olhar e os efeitos desse olhar sobre quem vê” (2011, p. 32). Ou seja, a forma como olhamos e representamos o mundo é resultado de processos históricos e culturais que moldam essas práticas ao longo do tempo.

Segundo Hernández, a construção de uma “história do olhar” supõe a aceitação da ideia de que “os objetos não têm vida, mas que adquirem sentido por intermédio da experiência de quem os olha ou de quem os possui” (2000, p. 18). Assim, interessa à cultura visual, explorar como as imagens constroem visões de mundo e representações que posicionam os sujeitos nos estratos sociais.

Além disso, Hernández (2011, p. 77) argumenta que a cultura visual “não é definida por “um quê (objetos, imagens) ou um como (um método para analisar ou interpretar o que vemos), pois se constitui como um espaço de relações que traça

pontes no “vazio”, que se projeta entre o que vemos e como somos vistos por aquilo que vemos.

A fundamentação teórica dos estudos da Cultura Visual tem como princípio “ajudar-nos a explorar, mediante o visual, a dimensão social do olhar” (Hernández, 2000, p. 126). William John Thomas Mitchell (2006), afirma que a cultura visual não pode se limitar a entender a construção social de um campo visual, mas, insistir em explorar a construção visual de um campo social, de modo que “[...] a construção social do campo visual tem de ser continuamente reiterada como a construção do campo social, uma tela invisível ou uma treliça de figuras aparentemente independentes que tornam possíveis os efeitos das imagens mediadas” (Mitchell, 2006, p. 14).

Os estudos visuais e a cultura visual se distinguem como sendo, respectivamente, o campo de conhecimento e o objeto de estudo (Mitchell, 2006). O surgimento dos estudos de cultura visual ganhou forma após a virada imagética, reivindicada por Mitchell, em 1992, que propôs a necessidade de refletir as mudanças significativas nas formas de pensar sobre as imagens e a suas relações com a sociedade. A partir desse período, o campo da Cultura Visual se consolidou como uma área que se propõe a expandir as investigações sobre os impactos das imagens nos modos de ver, sentir e construir significados.

Este campo de estudos surgiu em resposta a uma série de transformações culturais, sociais e tecnológicas daquele período, com o objetivo de entender melhor o papel das imagens na construção de sentidos e na formação das subjetividades no mundo contemporâneo, surgindo da tendência moderna de capturar imagens para visualizar a existência. Mitchell propõe a partir da cultura visual, uma transformação nas formas que aprendemos a ver para enfatizar o lado social, defendendo que

[...] a visualidade, não somente a construção social da visão, mas a construção visual do social, é um problema em seu próprio direito de ser abordada, sem nunca ser engajada pelas disciplinas tradicionais de história da arte e estética nem mesmo pelas disciplinas novas dos *media studies*. O que quer dizer que, os estudos visuais não são meramente um suplemento perigoso às tradicionais disciplinas voltadas à visão, mas uma interdisciplina que se inscreve em suas fontes e nas de outras disciplinas para construir um objeto de pesquisa novo e diferenciado. A cultura visual é, então, um domínio específico de pesquisa no qual os princípios fundamentais e problemas se articulam no frescor de nosso tempo. (Mitchell, 2006, p. 18).

O campo de estudos de cultura visual é, portanto, uma área de investigação relativamente recente, formada a partir de múltiplas contribuições disciplinares e agendas acadêmicas. Assim, mais que uma disciplina institucionalizada, trata-se de

uma área que acolhe investigações “provenientes de ramos científicos, artísticos e humanísticos que buscam, grosso modo, algo comum: entender a imagem, o olhar e a visualidade enquanto construções humanas, social e historicamente situadas” (Campos, 2012, p. 21). Dentro dessa perspectiva, Mitchell esclarece:

O que, afinal de contas, se encaixa no domínio dos estudos visuais? Não somente a história da arte e a estética, mas imagens técnicas e científicas, filmes, televisão e meios digitais, como também reflexões filosóficas sobre a epistemologia da visão, estudos semióticos de imagem e signos visuais, a investigação psicanalítica do impulso visual, estudos fenomenológicos, fisiológicos e cognitivos do processo visual, estudos sociológicos sobre a exibição e o espectador, antropologia visual, ótica e visão animal, dentre tantas outras. (2006, p. 4).

Em consonância, Mirzoeff (2003) também concebe a cultura visual como uma área transdisciplinar que consiste em criar ressignificações a partir da reflexão (social, contextual, histórica) e da construção de conhecimento a partir das imagens. Nessa direção, os estudos visuais, incluem todos os empreendimentos de pesquisa de natureza diversa (artística, sociológica, filosófica, antropológica, etc.) que visem estudar a cultura visual numa das muitas dimensões que esta pode assumir. Isso, “implica assumir elevados graus de incerteza, risco e arbitrariedade. Isto também implica, necessariamente, quebrar velhas barreiras disciplinares e colocar outras mais permeáveis no seu lugar” (Mirzoeff, 2003, p. 4).

Interessa a cultura visual “detectar o cultural e o social por detrás das imagens e dos imaginários representados” (Campo, 2012, p. 29). Neste propósito, o diálogo entre a moda e os estudos visuais pode ser extremamente profícuo, uma vez que “compreender a sociedade atual e a sua relação com o olhar e as imagens, obriga a uma grande flexibilidade epistemológica, assente numa abordagem necessariamente interdisciplinar” (2012, p. 29).

Compete à cultura visual examinar a função social das imagens e sua influência na formação dos conhecimentos e significados culturais atribuídos. Para tanto, as imagens precisam ser problematizadas e pensadas como fonte de estudos intelectuais para compreensão dos fenômenos. Mitchell (2006, p. 7) defende que “a cultura visual encoraja a reflexão sobre as distinções entre arte e não-arte, signos verbais e visuais e as proporções entre diferentes modos sensoriais e semióticos”.

A moda, além de ser um dos maiores campos em que as visualidades se manifestam de maneira explícita e estruturada, oferece a possibilidade de examinar como as imagens visuais circulam, como as normas de visibilidade são estabelecidas e

como os indivíduos e grupos sociais se posicionam diante dessas construções visuais. Diante do exposto, a moda tornasse um campo relevante para os estudos de cultura visual, permitindo pensá-la como um fenômeno cultural, estético e político e examinar os efeitos das suas visualidades nos processos de subjetivação dos sujeitos.

A cultura visual também se configura como um estudo das representações culturais e seus significados, dessa forma, esse campo se interessa pelos significados criados e contestados dos imaginários visuais e também pelas imagens da cultura no cotidiano. Para Campos, em suma a cultura visual pode ser entendida

[...] em primeiro lugar, como um repositório visual associado a contextos coletivos particulares, onde determinadas linguagens e signos visuais são elaborados e trocados; em segundo lugar, como um modo de apreender e decodificar visualmente a realidade, tendo em consideração a natureza cultural e psico-social da percepção e cognição; e, em terceiro lugar, como um sistema composto por um aparato tecnológico, político, simbólico e econômico, enquadrado num horizonte sociocultural e histórico mais amplo com o qual convive, que ajuda a moldar, tal como é por este configurado (Campos, 2012, p. 24).

Nesse sentido, um dos aspectos mais significativos da cultura visual é a sua capacidade de estabelecer diálogos entre diferentes áreas de conhecimento, incluindo a moda, conforme veremos ao longo dessa dissertação.

1.2 Moda e Estudos Culturais

Importante referência dos estudos culturais, Stuart Hall compreende que “a linguagem é um dos ‘meios’ através do qual, pensamentos, ideias e sentimentos são representados numa cultura” (2016, p.18). E, “é por meio da cultura e da linguagem (...) que a elaboração e a circulação de significados ocorrem” (2016, p. 25).

Representação e linguagem são, portanto, os elementos centrais pelos quais os significados são produzidos. Partindo dessa perspectiva, a linguagem é uma prática significante e, a moda, é um sistema representacional, que funciona, portanto, de acordo com os princípios da linguagem não verbal, já que utiliza as vestimentas e outras visualidades do corpo para comunicar uma prática simbólica que concede sentidos dentro de uma cultura. A moda pensada como um sistema de signos (Barthes, 2009), também comunica significados através de seus códigos visuais. Barnard sustenta que

[...] a moda, o vestuário e as roupas são artefatos, práticas e instituições que constituem as crenças, os valores, as ideias e as experiências de uma sociedade. De acordo com esse ponto de vista, moda, roupa e indumentária são meios pelos quais as pessoas comunicam não só coisas, tais como sentimentos e humores, mas também valores, esperanças e crenças dos grupos sociais a que pertencem. (2003, p. 64).

Para os Estudos Culturais, o conceito de cultura se refere aos “significados compartilhados” (Hall, 2016, p. 17) e abrange tudo aquilo que é característico do modo de vida de um povo, comunidade, nação ou grupo social. Trata-se de um conjunto de práticas, valores, crenças e significados socialmente construídos e compartilhados. Nessa direção, “a cultura se relaciona a sentimentos, emoções, a um senso de pertencimento, bem como a conceitos e a ideias” (Hall, 2016, p. 20) e também com “os significados culturais não estão somente na nossa cabeça – eles organizam e regulam práticas sociais, influenciam nossa conduta e conseqüentemente geram efeitos reais e práticos” (2016, p. 20).

Embora essa definição possa sugerir uma concepção excessivamente unitária e cognitiva de cultura, Hall (2016) ressalta que toda cultura comporta uma diversidade de significados em torno de qualquer tema, bem como múltiplas formas de representá-lo e interpretá-lo. Para o autor, pessoas de uma mesma cultura interpretam o mundo de maneira semelhante e podem expressar seus pensamentos e sentimentos de forma que um compreenda o outro.

Esses “significados compartilhados” também se expressam através da moda, uma vez que para existir, a moda exige certo tipo de organização social que permita a necessidade de união e o anseio pela diferenciação, em que os indivíduos devam possuir o desejo de pertencer e, ao mesmo tempo, de serem considerados como separados do todo maior (Barnard, 2003).

Ao considerar moda, vestuário e adorno como práticas significantes da vida cotidiana conferem-se a estas um status cultural, de modo que a moda e a indumentária, mais do que expressar mensagens, constituem parte das relações sociais e são, portanto, “algumas das maneiras pelas quais a ordem social é experimentada, explorada, comunicada e reproduzida” (Barnard, 2003, p. 63). Dentro dessa perspectiva, Barnard afirma que:

Da mesma maneira que a moda e a indumentária foram vistas como expressando não apenas mensagens, mas constituindo parte das relações sociais, assim também a cultura e as práticas culturais não exprimem simplesmente significados e valores, mas, como diz Williams, são antes, constitutivas de uma ordem social (2003, p. 63).

Nessa direção, tendo em vista que a cultura e as práticas culturais, a partir de uma concepção multilinear, não expressam simplesmente significados e valores, mas são constitutivas de uma ordem social (Barnard, 2003), a moda é um fenômeno cultural, uma prática simbólica e comunicativa que traduz valores, crenças e normas de uma sociedade, atuando, portanto, mais do que um meio de comunicação, mas de compreensão das dinâmicas socioculturais. A moda e a indumentária são os meios pelos quais “nos constituímos como seres sociais e culturais, e decodificamos o *milieu* social e cultural” (Barnard, 2003, p. 64), atuando como um instrumento que não apenas reflete, mas também reforça e molda as identidades sociais e culturais.

Assim, moda e indumentária não são apenas fenômenos de comunicação – “modos não-verbais pelos quais se produzem e trocam significados e valores” (Barnard, 2003, p. 76) –, mas também fenômenos culturais que permitem a construção e comunicação de identidades sejam elas sociais, de classe, de gênero ou raça.

A moda se apresenta, portanto, como um artefato sociocultural multifacetado e multidisciplinar. Esta pesquisa, por sua vez, compreende moda como meio de comunicação não verbal e fenômeno cultural. As visualidades de moda são influenciadas pela cultura, sistema complexo de significados que comunica, molda e transforma a forma como a realidade social é percebida e interpretada. Nessa direção, no que tange as conexões entre moda, comunicação e cultura, Barnard (2003, p. 49) afirma que

moda e indumentária, como comunicação, são fenômenos culturais no sentido de que a cultura pode ser ela própria entendida como um sistema de significados, como as formas pelas quais as experiências, os valores e as crenças de uma sociedade se comunicam através de atividades, artefatos e instituições.

Assim, a moda e a cultura visual podem ser consideradas um fenômeno cultural, inseridas em um certo ambiente cultural:

Cultura, enquanto conjunto de historicamente fabricado de elementos que tornam reconhecível uma determinada identidade coletiva. Falamos de um conjunto de valores, práticas, representações e artefactos. Neste quadro os bens estéticos são abordados como componentes simbólicos importantes para a comunicação, condensando identidades, representações e valores. Quando falamos de cultura visual estamos, por isso, a assumir que o visual se encontra enquadrado num certo ambiente cultural que justifica aquilo que é criado, bem como, o seu significado. Todas as imagens construídas pelo homem são, assim, descendentes de um tempo e de um espaço, vectores que permitem identificar um certo ambiente cultural (Campo, 2012, p. 29).

A moda tem estado particularmente atenta às intersecções entre esses campos o que, aliás, está perfeitamente de acordo com estes tempos em que a mobilidade, transformação e hibridismo de linguagens estéticas acontecem com frequência. Como sistema cultural dotado de significações e códigos, a moda sofre modificações periodicamente, de modo que é totalmente temporal, além de depender do espaço físico e social onde se insere (Silva; Lucena, 2017). Está muito mais associada a um sistema de funcionamento social do que a roupas, de modo que não é a mesma em todas as sociedades, países ou épocas.

Para Stuart Hall “representar algo é descrevê-lo ou retratá-lo, trazê-lo à tona na mente por meio da descrição, modelo ou imaginação; produzir uma semelhança de algo na nossa mente ou em nossos sentidos” (2016, p. 32). O autor compreende que a representação conecta o sentido e a linguagem à cultura, uma vez que, representar significa utilizar a linguagem para, inteligivelmente, expressar algo sobre o mundo ou representá-lo a outras pessoas.

Nesse mesmo sentido, a moda pensada como um discurso da cultura também opera como um sistema representacional, uma vez que através de seus códigos visuais, faz uso de elementos para representar ou transmitir um pensamento, um conceito, uma, ideia, um sentimento. Dentro dessa lógica, Hall afirma que

Esses elementos – sons, palavras, gestos, expressões, roupas – são parte da nossa realidade natural e material; sua importância para a linguagem, porém, não se reduz ao que são, mas sim ao que fazem, a suas funções. Eles constroem significados e os transmitem. Eles significam, não possuem um sentido claro em si mesmos – ao contrário, eles são veículos ou meios que carregam sentido, pois funcionam como símbolos que representam ou conferem sentido (isto é, simbolizam) às ideias que desejamos transmitir. (Hall, 2016, p. 24)

O sentido é constantemente elaborado e compartilhado em cada interação pessoal e social, nos grupos que fazemos parte. “O sentido é o que nos permite cultivar a noção de nossa própria identidade, de quem somos e a quem “pertencemos” – e, assim, ele se relaciona a questões sobre como a cultura é usada para restringir ou manter a identidade dentro do grupo e sobre a diferença entre grupos” (Hall, 2016, p. 21). Nessa direção, Woodward (2000), defende a ideia de que a representação compreendida como um processo cultural estabelece identidades individuais e coletivas, de modo que os discursos e os sistemas simbólicos no qual elas se baseiam, constroem os lugares a partir dos quais os indivíduos podem se posicionar e a partir dos quais podem falar. Dentro dessa perspectiva Woodward afirma que

A representação inclui as práticas e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos, posicionando-nos como sujeitos. É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos. Podemos inclusive sugerir que esses sistemas simbólicos tornam possível aquilo que somos e aquilo no qual podemos nos tornar (2000, p. 17).

Woodward (2000) compreende que a ênfase na representação e o papel-chave da cultura na produção dos significados que permeiam todas as relações sociais levam a uma preocupação com a identificação, conceito este que “[...] descreve o processo pelo qual nos identificamos com os outros, seja pela ausência de uma consciência da diferença ou da separação, seja como resultado de supostas similaridades” (2000, p. 18).

Por meio da representação cria-se uma relação com o mundo, gerando significados e ao mesmo tempo, interpretando os já existentes. As identidades, por sua vez, “adquirem sentido por meio da linguagem e dos sistemas simbólicos pelos quais elas são representadas” (Woodward, 2000, p. 8), uma vez que “a representação atua simbolicamente para classificar o mundo e nossas relações no seu interior” (2000, p. 8). Também são as representações que, portanto, evidenciam as construções das identidades sociais.

Stuart Hall (2000, p. 111-112) utiliza o termo identidade para significar

[...] o ponto de encontro, o ponto de sutura, entre, por um lado, os discursos e as práticas que tentam nos ‘interpelar’, nos falar ou nos convocar para que assumamos nossos lugares como os sujeitos sociais de discursos particulares e, por outro lado, os processos que produzem subjetividades que nos constroem como sujeitos aos quais se pode ‘falar’.

É a partir da interação entre grupos sociais e suas representações, que as pessoas constroem suas identidades, uma vez que “a identidade é, sempre, relacional, e a diferença é estabelecida por uma marcação simbólica relativamente a outras identidades” (Woodward, 2000, p. 13). Para Woodward (2000) essa marcação simbólica é o meio pelo qual damos sentido a práticas e a relações sociais definindo, por exemplo, quem é excluído e quem é incluído.

Nesse sentido, para uma identidade existir ela depende da existência de outra identidade, diferente dela, uma vez que é marcada pela diferença e, é essa diferença que permite, simultaneamente, a inserção de determinado grupo e o seu afastamento em outro e é por meio da diferenciação social que são criados sistemas de classificações que (des)legitimam as relações sociais. A pauta social da moda, dentro

dessa lógica, sempre fala para e por certos grupos sociais, e exclui outros. Como aponta Crane

No século XX, as bases para a exclusão eram o status inferior de classe social e a não conformidade a um ideal de gênero específico. No final do século XX, a exclusão tende a se basear na idade e, em alguns casos, na raça. Formas mais sutis de exclusão são expressas na seleção e definição dos consumidores-alvos de vestuário sofisticado e hermético (2006, p. 472).

Seguindo essa lógica, Chartier (1990, p. 17) compreende que “as representações do mundo social, assim construídas, embora aspirem à universalidade de um diagnóstico fundado na razão, são sempre determinadas pelos interesses de um grupo que as forjam”, de maneira que, as representações de moda, não são neutras ou universais, mas sim determinadas pelos interesses dos grupos dominantes.

Além de serem interdependentes, para Silva (2000), identidade e diferença partilham de uma importante característica: “elas são resultado da criação linguística”, o que significa dizer que não são naturais, ao contrário, precisam ser ativamente produzidas, são criações sociais e culturais. Afirmar que identidade e diferença são o resultado de atos de criação linguística, significa para Silva (2000), também reconhecer que elas são criadas por meio de atos de linguagem e, que, portanto, são constituídas de signos.

Assim temos que “a construção da identidade é tanto simbólica quanto social” (Woodward, 200, p. 10), pois a diferença que revela a identidade pode ser também estabelecida por meio de símbolos, de modo que as variações de identidades apresentadas pelos indivíduos ou grupos, podem ser percebidas inclusive pela moda que, enquanto artefato cultural e estético, é dotada de símbolos, significações e códigos.

As distinções feitas pelo modo de vestir e adornar são constitutivas de “grupos sociais e das identidades dos indivíduos no interior daqueles grupos, e não meramente os refletem” (Barnard, 2003, p. 64). Dessa forma, moda e indumentária desempenham um papel crucial na elaboração das identidades e dão forma às distinções sociais, visto que “existe uma associação entre a identidade da pessoa e as coisas que uma pessoa usa” (Woodward, 2000, p. 10).

Logo, as visualidades do corpo traduzidas nos modos de se vestir e se adornar também estão imersas nas formas como a identidade exterior é elaborada, todavia, estas “(...) não são entendidas como um canal transmissor de uma mensagem pronta, e sim como signos que podem ou não produzir os significados pretendidos por quem as

veste em quem as vê” (Silva; Lucena, 2017, p. 10), de modo que a forma como os sujeitos se veem, se distingue da forma como eles querem serem vistos e da forma como de fato as pessoas os veem.

A partir das condições econômicas, culturais e sociais, é possível compreender a identidade da moda de cada período da civilização. “A identidade é construída ou transformada de acordo com o lugar, a época, os valores culturais, o momento histórico, de modo que todos esses elementos influenciarão sua construção e singularidade” (Silva; Lucena, 2017, p. 13). Dessa maneira, as visualidades do corpo estão intimamente associadas às maneiras como os indivíduos performam suas identidades sociais inseridas em contextos culturais, sociais e econômicos específicos.

Nas sociedades contemporâneas, podemos observar que o sistema da moda tem papel importante, caracterizada pelo hedonismo, fugacidade, transitoriedade e moldada pela dicotomia de estar ou não estar na moda, ou seja, pertencer ou não pertencera determinados grupos sociais (Caraciola, 2018), razão pela qual a identidade não é algo inato, nem estático, ao contrário, está sempre em construção junto às relações sociais, o que torna impossível a existência de uma única representação, ainda que dentro de um mesmo grupo. Dentro dessa perspectiva, Stuart Hall afirma que

Esse processo produz o sujeito pós-moderno, conceitualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade torna-se uma “celebração móvel”: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. É definida historicamente e, não biologicamente. O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. (Hall, 2006, p. 11-12).

Bauman (2005) explora as ambiguidades das noções de identificação, pertencimento e identidade, pensando-a como fragmentada, fluida e líquida, com capacidade de transformar-se sempre que as condições contextuais requererem. Bauman explica que

o “pertencimento” e a “identidade” não têm a solidez de uma rocha, não são garantidos para toda a vida, são bastantes negociáveis e revogáveis, e de que as decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age – e a determinação de se manter firme a tudo isso – são fatores cruciais tanto para o “pertencimento” quanto para a “identidade”. (2005, p. 17).

Dessa forma, o posicionamento da identidade resulta de escolhas transitórias, dependendo das negociações no processo de identificação e de pertencimento, e não apenas de critérios pré-determinados como família, nacionalidade, orientação sexual

ou sexo biológico. Na mesma direção, “a moda é um fenômeno que, assim como a identidade, está em constante transformação, é uma via de mão-dupla, de modo que influencia a sociedade, ao mesmo tempo em que é influenciada por ela” (Silva; Lucena, 2017, p. 10).

Nessa perspectiva, o vestuário exerce influência imperiosa na construção das identidades contemporâneas, identidades estas que estão estritamente ligadas às relações sociais, principalmente, as relações de poder, uma vez que as relações de poder são estabelecidas a partir da interação entre os indivíduos na sociedade e são produzidos a partir de suas representações. Para Woodward

Todas as práticas de significação que reproduzem significados envolvem relações de poder, incluindo o poder para definir quem é incluído e quem é excluído. A cultura molda a identidade ao dar sentido à experiência e ao tornar possível optar, entre as várias identidades possíveis, por um todo específico de subjetividade. (Woodward, 2000, p. 19).

Isso porque as representações, inclusive as de moda, contribuem para a construção das identidades sociais e adquirem significado nos embates e nas imposições promovidas por aqueles que detêm o poder de nomear, classificar e hierarquizar os sujeitos, bem como nas lutas e resistências empreendidas por diferentes grupos em busca do reconhecimento de sua existência, a partir de representações por eles próprios produzidas. Tal dinâmica conduz à compreensão de que “o poder de definir a identidade e de marcar a diferença não pode ser separado das relações mais amplas de poder. A identidade e a diferença não são, nunca, inocentes” (Silva, 2000, p. 81).

1.3. A moda, o corpo e a produção de subjetividades

A moda - enquanto meio poderoso de expressão cultural e formação de identidade - é responsável pelas construções subjetivas e simbólicas dos sujeitos no meio em que vivem. As roupas, enquanto meio de exercício da moda, também atuam no campo do imaginário, dos significantes; é parte integrante da cultura. São, portanto, muito mais do que peças de vestuário. Elas carregam significados, valores e discursos, conforme defende Sant’Anna:

As roupas, por serem signos que carregam em si uma série de significados atrelados à beleza, à juventude, à feminilidade ou masculinidade, à riqueza e distinção social ou à marginalidade, à alegria ou tristeza etc., imprimem ao seu

portador uma escolha diária de posicionamento no conjunto maior das teias de significados compostos pela cultura. (2016, p. 76).

Enquanto mediação entre o eu interior e o eu social, a escolha da vestimenta carrega múltiplos significados, funcionando não apenas como transcrição de uma linguagem simbólica, mas também como “um reflexo daquilo que somos, pensamos, acreditamos” (Abdala; Mendonça; 2009, p. 2084). Nesse sentido, o vestir se configura como um campo privilegiado da experiência estética, possibilitando, por meio da apropriação de objetos do vestuário o usufruto de uma infinidade de signos que operam a subjetividade de cada sujeito (Sant’Anna, 2016).

As vestimentas são um meio poderoso de comunicação e expressão na medida em que o sujeito, para além de se exprimir por meio de palavras, às quais são atribuídos significados determinados, também se comunica através de uma série de outros sinais, entre os quais figura, com relevo, a sua composição indumentária (Abdala; Mendonça; 2009). Mais do que uma mera escolha pessoal ou funcional, as vestimentas são um sistema complexo de significados que está profundamente entrelaçado com as estruturas culturais e sociais.

As identidades são construções complexas, marcadas por múltiplos significados, definições e interpretações, uma vez que os sujeitos percebem uns aos outros a partir de suas próprias bagagens socioculturais e, portanto, de maneiras distintas. As representações construídas e interpretadas a partir do vestuário são, portanto, subjetivas, dependentes de cada indivíduo e/ou grupo. Na visão de Crane

A roupa usada por um grupo social ou segmento determinado tende a ser interpretada de maneiras diferentes dentro e fora deles, levantando a questão de como os diversos grupos conseguem entender uns aos outros. O vestuário como forma de comunicação tornou-se um conjunto de dialetos em vez de uma língua universal (Crane, 2013, p. 473).

Dessa forma, as roupas “podem ser vistas como um vasto reservatório de significados, passíveis de ser manipulados ou reconstruídos de forma a acentuar o senso pessoal de influência” (Crane, 2013, p. 22), podendo, portanto, influenciar as formas dos indivíduos de expressarem e interagirem com outras pessoas, a depender do meio cultural em que estão inseridos.

De acordo com Barnard (2003), a cultura é o sistema significante através do qual uma ordem social é comunicada, reproduzida, experimentada e explorada, de modo que, moda, vestuário e adorno devem ser considerados práticas significantes da vida cotidiana que irão fazer da cultura um sistema geral de significados. Nessa direção, as

roupas são parte integrante da cultura porque elas operam no campo do imaginário e dos significantes que, por sua vez, refletem e constroem identidades sociais, culturais e subjetivas.

Roland Barthes (2009), por sua vez, traz as noções de moda no âmbito da linguagem, enfatizando as significações do vestuário. O vestuário é tratado como um sistema de signos que comunica significados culturais sobre identidade, status, valores sociais, estruturas culturais, entre outros. Nesse sentido, o vestuário é apresentado em sua função fundamental que, segundo Barthes, é a função de significação: “O homem vestiu-se para exercer sua atividade significante. O uso de um vestuário é fundamentalmente um ato de significação” (Barthes, 2005, p. 364).

A moda é a linguagem do corpo, um meio de se afirmar e se fazer visível, de se posicionar socialmente e de negociar significados. Nesse contexto, o discurso constituído pelo vestuário e seus acessórios passam pelo corpo e cada vestuário agregado a ele indexa, aponta, dirige o olhar e constrói uma visualidade específica (Sant’Anna, 2016) a depender do contexto sociocultural, de maneira que

[...] o corpo é suporte da roupa, que sendo transmutado pelos tecidos, cores e formas do vestuário, os quais expressam mudanças e alterações constantes numa sociedade de moda, articula nos seus discursos o próprio ritmo social ao qual o sujeito está ligado (Sant’Anna, 2016, p. 76).

O conceito de corpo é muito bem trabalhado por David Le Breton (2012) que o entende como algo físico, mas também é como uma construção simbólica, portanto dependente das questões de classes sociais e culturas. Dessa forma, por meio do corpo ou da corporeidade², as lutas, os desejos e as reflexões de nossa própria existência são evidenciadas.

Por sua vez, Judith Butler (2011, p. 72), compreende que: “o corpo não é uma materialidade idêntica a si próprio ou meramente fáctica [...] o corpo não é somente matéria, mas uma contínua e incessante materialização de possibilidades”. Dessa forma, para Butler, a corporalidade³ está restrita (ou localizada) às circunstâncias históricas, contextos culturais, sociais, e não pode ser entendida como já dado.

²Corporeidade é a maneira pela qual o sujeito utiliza o corpo como instrumento relacional com o mundo.

³Corporalidade se refere àquilo que é corpóreo; aquilo que dá sentido à experiência. É o resultado de nossas interações sociais em diferentes contextos, sofre, portanto, as consequências dessas relações, seja do ponto de vista cultural, político ou social.

O corpo é uma materialidade que assume significados, pois os “discursos habitam os corpos” (Butler, 2019, p.282), portanto, o corpo é a realização material do discurso. É possível inclusive afirmar que “a roupa desassociada de um corpo é apenas um ser inerte, destituída de vida, parcialmente esvaziada e neutralizada; aberta a qualquer apropriação” (Sant’Anna, 2016, p. 78).

Existe, portanto, uma relação intrínseca, entre o corpo e a roupa, de maneira que essa adquire vivacidade quando está associada ao corpo que a veste. É o corpo, principalmente, que impregna a roupa de significados culturais, sociais e individuais. O corpo, com sua identidade e contexto, é que torna a roupa expressão constante, atribuindo-lhe um propósito e um significado. Para Castilho (2003), o corpo deve ser entendido como um

suporte gerador de significação, articulador de um discurso que permite a ação da plasticidade da decoração corpórea nas situações de interação presentificação e representação através de um contrato que determina valores positivos e negativos, que pode ser, em linhas gerais, polêmico ou consensual, implícito ou explícito (2003, p. 76).

O corpo é performativo, ou seja, ele não é algo que simplesmente “é”, mas sim algo que se “faz” por meio de atos e comportamentos reiterados. “A performance constituída no corpo insere o sujeito no contexto e faz também signo, na apreensão alheia tanto no outro a ser copiado quanto na negação de um corpo que não deseja ser mais o mesmo” (Sant’Anna, 2016, p. 77).

Pensar em um corpo performativo sugere torná-lo um signo, tal qual um corpo comunicativo:

Pensar em um corpo comunicativo é torná-lo um signo e, sendo um signo, segundo Barthes, sempre está associado à sua função: a de dar significância aos sujeitos, localizá-los simbolicamente enquanto personas culturais através da fruição plástica-estética, engendrando relações entre a forma e o conceito de acordo com as dinâmicas entre significado e significante (Abdala; Mendonça; 2009, p. 2084).

O corpo humano é corpo social e sempre foi marcado por pinturas, vestes e ornamentos, cheios de significados que pertencem a culturas específicas (Mota, 2008). O vestuário por sua vez é, portanto, como uma mediação e relação entre o corpo físico e o corpo social, que inscreve o sujeito na cultura. Nessa direção, é possível afirmar que a questão corporal não está ligada apenas ao biológico, mas também, e, sobretudo, a aspectos sociais e culturais. A construção de um corpo biológico é, sobretudo, social (Rodrigues; Abreu; Rodrigues, 2014). Nessa direção, nossa relação com o corpo é do âmbito da cultura, sendo este um verdadeiro capital simbólico.

Capital simbólico, de acordo com Bourdieu (1989), é fundamentalmente, um poder de construção da realidade. Refere-se ao prestígio, status e reconhecimento social que uma pessoa ou algo acumula, mas que não está necessariamente relacionado a um valor material ou econômico direto. Ele está ligado às características que são valorizadas pela sociedade, como conhecimentos, comportamentos, formas de ser e até mesmo as aparências e o modo de se apresentar.

Considerar o corpo como um capital simbólico é compreendê-lo como um meio de mediação social e valorização simbólica, atravessados por discursos de poder, que refletem e reforçam a posição social do indivíduo, transmitindo mensagens sobre seu valor dentro da estrutura social. Pode-se assim afirmar que “a *poiesis* proporcionada pela escolha diária do que se vai vestir é inerente às relações do corpo natural com seu duplo – a roupa e os acessórios combinados, mas se processa também no olhar do outro sobre o corpo transvestido” (Sant’Anna, 2016, p. 77). Consoante, tem-se que

[...] se a lógica social é uma primazia sobre a lógica individual, inscrevendo-se de dentro para fora nos corpos e nas subjetividades, modificando e implementando seus mecanismos de formação e funcionamento, não se pode deixar de considerar que o indivíduo é uma instituição diferente do social e que todas as formas sociais e individuais resultam de relações de poder e disputas entre uma e outra dessas lógicas (Mota, 2008, p. 24).

Estudos sobre cultura visual se apóiam na ideia da imagem e seu significado cultural, bem como sua influência sobre os indivíduos. Mitchell (2003, p. 26) define a cultura visual como sendo “a construção visual do social, não apenas a construção social da visão”. Nesse contexto, a abordagem dos estudos de cultura visual é utilizada para pensar a moda como campo de produção de subjetividades, na medida em que “[...] entende interpretação e compreensão de imagens como processos que refletem repertórios de vida e subjetividades”. (Martins; Pereira; Valença, 2008, p. 243).

Nesse sentido, o processo de construção das identidades pessoais e sociais, assim como das subjetividades, envolve a mediação da corporeidade humana. O corpo e suas visualidades desempenham um papel fundamental como instrumentos relacionais com o mundo, funcionando, portanto, como um meio de comunicação entre indivíduos e grupos, além de atuar como uma forma de representação de si. Ademais, esse fenômeno constitui um campo privilegiado para a reflexão e análise, especialmente no âmbito dos estudos de cultura visual.

A identidade é um processo contínuo de construção de características individuais e coletivas do indivíduo, referente à cognição, afetos e relações de

sociabilidade. O corpo, por sua vez, é um elemento centralizador da identidade e carregado de sentidos que vão mudando ao longo do tempo e de acordo com as experiências, sempre em associação com o contexto e as circunstâncias.

A roupa como projeção ou continuação do corpo é símbolo, ideologia, subjetivação. Sendo assim, as possibilidades de representação da identidade podem se configurar de forma dinâmica e variada. O corpo, representaria, assim, uma espécie de elo entre os sujeitos e o mundo no qual vivem. Um elo que trata da identidade, da afirmação simbólica de si através do suporte do corpo. (Abdala; Mendonça; 2009, p. 2087).

A moda confere ao corpo traços identitários da personalidade, é um processo fluído, que se expressa não só externamente, como também reflete subjetividades. Nessa direção, a moda se mostra como peça fundamental para construção e compreensão da personalidade das pessoas, com influência relacionada às noções de pertencimento, diferenciação e identidade dos indivíduos.

As roupas comunicam gênero, personalidade, idade, classe social, preferências, humor, entre outros elementos associados à identidade. Analisar essas especificidades através das roupas nos permite pensá-las como um processo fundamental na formação da identidade. A subjetividade, por sua vez, está diretamente relacionada à construção da identidade pessoal, pois envolve a vivência e a interpretação do indivíduo em relação ao seu entorno, suas experiências passadas, suas representações e interações sociais. Assim, “nos modos de vida atuais, a aparência, a imagem pessoal, guarda destaque como revelador do ser, da sua subjetividade” (Mota, 2008, p. 24).

A subjetividade “compreende aos componentes conscientes e inconscientes das práticas culturais, sociais, econômicas, tecnológicas, das práticas do saber, da estética que se entrecruzam definindo um modo de ser, de agir, de pensar, de existir” (Abdala; Mendonça; 2010, p. 33). Refere-se à experiência interna e pessoal de cada indivíduo, envolvendo suas percepções, sentimentos, crenças, e maneiras de interpretar o mundo.

A noção foucaultiana de subjetividade envolve uma relação com o tempo e o corpo. “Uma subjetividade é a expressão do que em nós, em nosso núcleo de subjetividade, se relaciona com as coisas, com o mundo, por isso envolve uma relação com o tempo” (Cardoso Jr, 2005, p. 345). O elo entre subjetividade e tempo, é uma forma de dizer que o sujeito é corpo, e

a subjetividade é algo que acontece num corpo e dele não se desvincula. De fato, se a subjetividade é (...) uma expressão de nossa relação com as coisas, através da história, então, o modo mais imediato pelo qual essa relação se expressa é o corpo, entendido não apenas como corpo orgânico, mas também

como o corpo construído pelas relações com as coisas que encontra durante sua existência. Quando dizemos de modo um tanto cru que o corpo é um corpo das relações isso significa que o corpo envolve, então, o encontro com as coisas, ficando subentendido que uma coisa pode ser um outro corpo, orgânico ou inorgânico, uma ideia, uma imagem, etc (Cardoso Jr, 2005, p. 345).

A noção foucaultiana de subjetividade, portanto, está profundamente ligada a posição temporal e cultural em que os sujeitos articulam os seus corpos, ou seja, está relacionada à forma como os indivíduos se constituem como sujeitos ao longo do tempo e ao modo como seus corpos são afetados e moldados por relações de poder, normas sociais e práticas discursivas. Para Foucault (1988), subjetividade não é algo fixo ou essencial, mas é produzida ao longo do tempo em processos históricos, culturais e sociais, sempre em interação com o corpo, com a temporalidade e com as dinâmicas de poder.

Nessa direção, a subjetividade também se dá no âmbito do coletivo. A produção de subjetividades se dá incessantemente na cultura e advém das relações de troca do sujeito com os grupos sociais. As subjetividades, portanto, são moldadas tanto pela dimensão pessoal quanto pelas influências sociais e culturais, sendo uma parte fundamental da construção da identidade e do entendimento do lugar do sujeito no mundo. Logo, as subjetividades produzidas pela moda são mais do que experiências de práticas do vestir singulares, elas são também coletivas e inevitavelmente culturais.

A subjetividade contemporânea é capaz de comportar “uma pluralidade de identidades, pois está imersa em práticas sociais descontínuas, que são sucessivamente reformuladas instituindo processos de identificação que sustentam uma verdadeira “política da diferença”” (Mota, 2008, p. 22). Assim, a moda favorece a recriação permanente dos sujeitos sempre em devir:

[...] como a moda está ligada ao nosso “estar no mundo”, ao que damos a ver de nós mesmos e como desejamos ser percebidos. A moda nos dá a possibilidade de desempenhar papéis e de nos reinventarmos a cada ocasião, processo performático e de teatralização no qual somos autores, criadores, personagens e platéia (Rodrigues; Abreu; Rodrigues, 2014, p. 2).

Nesse contexto, a moda se apresenta como um campo de interseção entre o individual e o social, entre a singularidade e a massificação (Mota, 2008). É por meio da fusão entre o individual e o coletivo, da relação do si-mesmo com o outro, que ocorre a interação da identidade com a alteridade, resultando, conseqüentemente, na produção de subjetividades.

2. VISUALIDADES DO CORPO E MODOS DE VER

John Berger, em *Modos de Ver* (1972), argumenta que a maneira como vemos as coisas é condicionada pelo que sabemos e acreditamos. Para o autor, toda imagem constitui, simultaneamente, um modo de ver o mundo e de ser visto. Nesta pesquisa, as visualidades do corpo são compreendidas como imagens vivas que comunicam, posicionam e representam o sujeito no espaço social, uma vez que são afetadas por experiências, conhecimentos e crenças.

Os sujeitos projetam suas subjetividades e percepções por meio de composições imagéticas expressas nas visualidades corporais. Nessa perspectiva, o corpo vestido e adornado pode ser compreendido como uma visualidade que participa da construção simbólica das identidades individuais e coletivas, funcionando não apenas como meio de comunicação entre indivíduos e grupos, mas também como instância de representação de si.

Como afirmam Castilho e Vicentini (2008, p. 134), “o corpo enquanto suporte das roupas e articulador de significações necessita revestir-se com as representações significativas de sua cultura de forma a interagir e representá-la em seus anseios, concepções, angústias e projeções”.

Desse modo, corporeidades e visualidades se configuram como modos pelos quais os sujeitos se posicionam e se relacionam consigo mesmos e com o mundo. Nesta pesquisa, identidades, corporeidades e visualidades do corpo são concebidas como elementos inacabados, provisórios, negociáveis e em constante devir e experimentação, sempre atravessados pelos modos de ver.

A moda, por meio do suporte da corporeidade, estabelece uma mediação entre as subjetividades dos sujeitos e seu entorno, posicionando-os simbolicamente como personas culturais no espaço social (Abdala, 2010). Nesta pesquisa, é compreendida não apenas como um meio de comunicação, mas como um fenômeno cultural constitutivo da ordem social, assumindo, portanto, papel central na produção de significados.

As visualidades do corpo, nessa perspectiva, comunicam práticas simbólicas que atribuem sentidos no interior de uma cultura por meio de códigos visuais. Essas práticas estão intrinsecamente vinculadas a signos culturais, estéticos e políticos, sendo atravessadas por ideologias e lógicas que configuram o regime escópico de um tempo e lugar específicos.

No âmbito da moda, as normatividades dizem respeito aos códigos e regras sociais que delimitam o que é considerado visível e socialmente aceitável por meio do vestir, influenciando a forma como indivíduos e grupos se apresentam e são percebidos. As visualidades veiculadas pela moda podem, de um lado, perpetuar estereótipos e preconceitos ao sustentar símbolos atravessados por discursos de poder; de outro, podem também desafiar representações socialmente construídas, criando possibilidades de ressignificação, de percepção e de ação, configurando-se, assim, como pedagogias culturais.

No contexto acadêmico, entendido como espaço de formação não apenas profissional, mas também cultural e de construção de identidades, as significações produzidas pelas visualidades corporais igualmente exercem efeitos relevantes. Elas atuam como instrumentos de afirmação identitária, impactando a forma como os estudantes performam suas corporeidades para expressar ideias, valores e perspectivas, configurando-se como elementos centrais nas dinâmicas de pertencimento e de negociação simbólica.

O presente capítulo examina a relação entre a visão e as visualidades a partir da perspectiva dos estudos da cultura visual, com ênfase nos modos de ver e nos regimes de visibilidade no campo da moda. Busco compreender como esses regimes se articulam a relações de poder e a processos de normatização, tornando transparentes os mecanismos pelos quais a moda participa da construção, manutenção e, por vezes, contestação dessas dinâmicas.

2.1. Modos de ver e regimes de visibilidade

A cultura visual não se restringe às imagens em si, mas abrange também as práticas desenvolvidas em relação à visão e as formas pelas quais o mundo é visualmente organizado em articulação com o poder. A capacidade de olhar, ser visto, observar e participar das práticas da cultura visual implica compreender os modos pelos quais o visual é socialmente construído. Nesse sentido, torna-se necessário distinguir os conceitos de visão e de visualidade. Conforme aponta o historiador da arte Hal Foster (1988, p. IX):

Although vision suggests sight as a physical operation, and visuality sight as a social fact, the two are not opposed as nature to culture: vision is social and historical too, and visuality involves the body and the psyche. Yet neither are they identical: here, the difference between the terms signals a difference within

the visual — between the mechanism of sight and its historical techniques, between the datum of vision and its discursive determinations — a difference, many differences, among how we see, how we are able, allowed, or made to see, and how we see this seeing or the um seen therein⁴.

Ainda que a visão se refira, em um primeiro nível, ao que é perceptível pela capacidade fisiológica do olho humano, o autor também a compreende como um fato social, de modo que o ato de ver constitui uma experiência sociocultural, e não apenas individual. Para Foster, a diferença entre visão e visualidade envolve múltiplos contrastes: entre o modo como vemos, como somos capazes, autorizados ou mesmo obrigados a ver, e a forma como percebemos aquilo que é invisibilizado pelo olhar. Nesse mesmo sentido, Mitchell (2022, p. 3), compreende que

[...] a visão é (como dizemos) uma construção cultural aprendida e cultivada e não somente concedida pela natureza; que por essa razão deve haver de algum modo, ainda que indeterminado, uma relação entre ela e a história da arte, tecnologia, mídias e das práticas sociais de exibição e do papel do espectador; e (finalmente), de que está profundamente envolvida com as sociedades humanas, com a ética e a política, a estética e a epistemologia de ver e ser visto.

Gillian Rose (2001) corrobora essa perspectiva ao afirmar que a visualidade diz respeito às formas diversas pelas quais a visão pode ser construída, uma vez que tanto “o que” é visto quanto “como é visto” são culturalmente determinados. Para a autora (2001, p. 6)

Todos esses diferentes tipos de tecnologias e imagens oferecem visões de mundo; eles representam o mundo em termos visuais. Mas essa representação, mesmo no caso da fotografia, nunca é inocente. Essas imagens nunca são janelas transparentes para o mundo. Elas interpretam o mundo; exibem-no de maneiras muito particulares. Assim, às vezes, estabelece-se uma distinção entre visão e visualidade.

O contexto cultural a partir do qual vemos não é exclusivamente nosso. As imagens visuais não apenas constroem realidades, mas também veiculam significados e discursos. Rose (2001, p. 6) enfatiza que “o visual é central para a construção cultural da vida social nas sociedades ocidentais contemporâneas. Hoje, sugere-se

⁴ Tradução livre: Embora visão sugira a percepção visual como operação física, e visualidade a mesma percepção como fato social, as duas não se opõem como a natureza se opõe à cultura: a visão é também social e histórica, e a visualidade envolve corpo e psique. Todavia, não são idênticas: aqui, a diferença entre os termos assinala uma diferença no interior do visual - entre os mecanismos da visão e suas técnicas históricas, entre o dado da visão e suas determinações discursivas - uma diferença, muitas diferenças, entre de que modo vemos, como somos capazes, autorizados ou levados a ver, e como vemos esse ver ou o não-visto dentro dele.

frequentemente que grande parte do significado é transmitida por imagens visuais (Rose, 2001, p. 6). Nesse cenário, Mitchell (2022, p. 8) argumenta que:

[...] a visão e as imagens visuais, coisas que (para os leigos) são aparentemente automáticas, transparentes e naturais, são na verdade construções simbólicas, como que uma linguagem a ser aprendida, um sistema de códigos que lança um véu ideológico entre nós e o mundo real.

Outra expressão com conotações muito semelhantes à visualidade é regime escópico. Para Rose (2001, p. 6), “ambos os termos se referem às maneiras pelas quais tanto o que é visto quanto como é visto são construções culturais”. Martin Jay (1988) explora o termo para analisar como a visão e o olhar são estruturados por meio de relações de poder, ideologias e contextos históricos, pautado nas determinações culturais da experiência visual em sentido amplo, ou seja, nas visualidades.

Para Jay, o termo *regime escópico* se refere ao conjunto de normas, convenções e práticas sociais e culturais que moldam a maneira como vemos e percebemos o mundo, envolvendo as convenções e contextos através dos quais a visão é organizada, regulada e interpretada em uma sociedade ou época específica. Nesse sentido, os regimes escópicos correspondem às diferentes formas pelas quais a percepção e a representação visual foram moldadas ao longo do tempo.

O autor argumenta que as formas de conhecimento dependem de um regime escópico, equiparando o ato de ver ao ato de conhecer. No entendimento de Jay, os regimes escópicos constituem maneiras predominantes de perceber e compreender o mundo, frequentemente influenciadas por ideologias, estruturas de poder ou avanços tecnológicos. Diferentes períodos históricos e movimentos culturais apresentam modos distintos de ver, que impactam não apenas o que é visto, mas também como as coisas são vistas e como essas visões influenciam o conhecimento e as ações dentro da sociedade.

Jacques Rancière (2005), ao refletir sobre as formas de visibilidade, desenvolve o conceito de partilha do sensível para discutir os modos pelos quais o mundo visual reconfigura as formas de percepção. A noção de partilha do sensível é elaborada pelo filósofo como um “sistema de evidências sensíveis que revela, ao mesmo tempo, a existência de um comum e dos recortes que nele definem lugares e partes respectivas. Uma partilha do sensível fixa, portanto, ao mesmo tempo, um comum partilhado e partes exclusivas” (2005, p. 15). Essa partilha, ou seja, essa distribuição e delimitação

do sensível, implica tanto o compartilhamento quanto o rompimento de espaços, tempos e modos de atividade nos quais os indivíduos se inscrevem e atuam.

Para o filósofo, os conceitos de política e estética se encontram intrinsecamente imbricados no âmbito da *partilha do sensível*, uma vez que, na base da política, há já uma estética primeira, isto é, um modo simultâneo de dividir e de compartilhar a experiência sensível comum. Essa estética primeira configura-se como uma forma da subjetividade política, caracterizada por uma distribuição desigual e disputada de lugares, funções e modos de visibilidade. Trata-se, portanto, de um arranjo sensível que “faz ver quem pode tomar parte no comum em função daquilo que faz, do tempo e do espaço em que essa atividade se exerce” (Rancière, 2005, p. 16).

A partilha do sensível, portanto, diz respeito ao modo como a arte e a política organizam aquilo que é visível, audível e pensável em uma determinada sociedade. No regime estético, a arte possui a capacidade de instaurar novas formas de visibilidade, ao tornar perceptível o que antes era invisível ou ao reconfigurar o modo como o já visível é apreendido. Essa nova forma de visibilidade não se limita à introdução de novos conteúdos, mas implica uma reorganização das relações entre os domínios da arte, do corpo, do pensamento e da política, instaurando outras possibilidades de percepção e de experiência do sensível.

John Berger (1972) sustenta que o visual constitui o mais fundamental dos sentidos, uma vez que a visão precede a palavra e “é ela que nos situa no mundo circundante” (1972, p. 7). O autor emprega a expressão *modos de ver* para notabilizar que “nunca olhamos apenas para uma coisa; estamos sempre olhando para a relação entre as coisas e nós mesmos” (1972, p.9). Berger desloca a análise de uma perspectiva centrada exclusivamente no olhar do observador para uma experiência de visualidade intrinsecamente relacionada ao espaço e ao tempo.

O autor argumenta que a percepção de qualquer imagem é inevitavelmente afetada pelo que sabemos ou acreditamos, evidenciando que toda imagem incorpora um modo de ver e, simultaneamente, reflete uma determinada visão de mundo, além de veicular mensagens, explícitas ou implícitas, inscritas nos signos que a compõem. Esse processo é permeado por ideologias e lógicas que integram o regime escópico de determinado tempo e lugar.

Nessa perspectiva, os *modos de ver* também atravessam as visualidades do corpo, de modo que estas revelam sistemas de valores e crenças, bem como comunicam pertencimentos, distinções e afetos. Os modos de vestir e de se adornar

são socialmente interpretados a partir de códigos culturais que moldam sua leitura e atribuem sentidos. Assim, as visualidades do corpo não são neutras, mas são permeadas pela cultura, pela história e pelos afetos, se configurando um campo simbólico de representação e negociação identitária.

No Brasil, as representações visuais da moda foram majoritariamente construídas a partir de padrões eurocêntricos, o que resultou na marginalização de outras formas de representação. Assim, aprendemos a ver por meio da moda e, conseqüentemente, a construir significados que podem reforçar normas, padrões e valores estereotipados. Essa perspectiva eurocêntrica, que orientou a formação cultural da sociedade brasileira, pouco dialoga com a pluralidade de corpos e de representações presentes no país.

Em diálogo com John Berger (1972), que compreende toda imagem como portadora de um modo de ver e, simultaneamente, de uma visão de mundo impregnada por ideologias, crenças e experiências sociais, compreendendo que a percepção visual se encontra inevitavelmente vinculada às relações de poder. Nesse horizonte, os modos de ver configuram-se como práticas atravessadas por discursos, que influenciam tanto a interpretação quanto a atribuição de significados às visualidades, incluindo aquelas relacionadas à moda.

As visualidades abrangem não apenas os códigos sociais que delimitam o que pode ser visto e quem está autorizado ou não a ver, mas também a construção de contextos que se constituem em relação a essas práticas do olhar. Trata-se de uma categoria mutável, que se transforma ao longo do tempo em consonância com as mudanças nas formas de pensar e agir dos grupos sociais. Nesse sentido, pode-se afirmar que as visualidades, ao mesmo tempo em que influenciam diretamente as ações e as negociações de poder, também podem emergir como formas de contestação e resistência aos discursos sociais hegemônicos.

No contexto da moda, refletir a partir dessa perspectiva implica reconhecer que as visualidades do corpo são atravessadas por intensas negociações, nas quais se articulam pertencimentos, distinções e formas de regulação simbólica. Os modos de vestir e de adornar-se, por um lado, apontam diferenças, reforçam preconceitos e delimitam lugares de subjetivação, mas, por outro lado, podem operar como espaços de ruptura diante das normatividades impostas, abrindo possibilidades para a criação de novas formas de representação e de afirmação identitária.

Os regimes de visibilidade, constituídos por um conjunto de normas, convenções, práticas sociais e culturais atravessadas pelas relações de poder, definem o que é considerado aceitável, belo ou legítimo de ser representado, produzindo padrões estéticos que se consolidam como referências normativas. A moda, nesse contexto, desempenha papel central na regulação do visível ao instituir códigos de vestimenta que reforçam hierarquias sociais e, frequentemente, marginalizam corpos que escapam a esses enquadramentos.

No caso da moda brasileira, a hegemonia de representações eurocêtricas, ao privilegiar determinados corpos, cores de pele e estilos estéticos, sustenta uma lógica que invisibiliza a pluralidade cultural do país. Essa naturalização não apenas exclui visualidades dissidentes, mas também reafirma a autoridade de modelos normativos que operam como dispositivos de controle social.

Contudo, a moda não se restringe à reprodução de normas. Ela também pode constituir um campo de resistência, no qual visualidades alternativas desafiam representações hegemônicas e abrem espaço para novas formas de ver e de ser visto⁵. Ao propor estéticas plurais, valorizar corporalidades historicamente marginalizadas e ressignificar símbolos culturais, a moda atua como prática social capaz de questionar regimes escópicos vigentes e de criar novas possibilidades de subjetivação e pertencimento.

Nesse entrecruzamento, modos de ver e regimes de visualidade se articulam ao campo da cultura visual, auxiliando na compreensão da complexidade do olhar, de suas mediações socioculturais e de suas implicações políticas, especialmente no campo da moda. As visualidades do corpo, nesse contexto, se revelam como práticas políticas que destacam a dimensão social do olhar e sua inscrição em lógicas de poder e contestação.

2.2. Visualidades da Moda: corpo, normas e subjetivação

A teoria da distinção social, chave criada para pensar a moda no final do século XIX, a percebia “[...] como um espaço de ostentação do poder econômico das elites, a moda foi concebida como uma esfera de reconstrução das fronteiras sociais na sociedade burguesa” (Crane, 2006, 10). Ocorre que para a moda existir é necessário

⁵ Nas seções 2.2.1 e 2.2.2 apresento exemplos em que desenvolvo melhor esta reflexão.

que haja circulação. “Se a aparência sofisticada é privilégio de muitos ricos, ela só se transforma em moda se circular” (2006,10).

Com a globalização, “o que no século XIX era privilégio das elites converteu-se num universo altamente segmentado, esfera de construção de identidades e estilos de vida, por onde passaram a transitar indivíduos de diversas camadas sociais” (Crane, 2006, 11), retirando-se assim o foco das classes sociais abastadas e redirecionando-a para um espaço social mais amplo. Nesse sentido, a história social da moda nos leva a compreender que

Nenhuma teoria da moda deve restringir-se aos fatores da vida econômica e material. Mesmo importantes, esses fenômenos não esclarecem em nada as variações incessantes e o excesso das fantasias que definem propriamente a moda. É por isso que tudo convida a pensar que esta encontra força mais na lógica social do que na dinâmica econômica (Lipovetsky, 1987, p. 59).

Essa concepção de Lipovetsky nos leva a compreender que a moda expande o seu papel para além das fronteiras de classe e distinção social e, passa a refletir as relações e interações entre os sujeitos que transitam entre diferentes camadas econômicas.

Dessa forma, a moda assume um papel social relevante, pois “moda e indumentária são formas significativas pelas quais são construídas, experimentadas e compreendidas as relações sociais entre as pessoas” (Barnard, 2003, p. 24). A moda contemporânea mais do que refletir divisões sociais, passa a ser um espaço onde a liberdade individual de escolha e a expressão de singularidades se encontram. Essa flexibilidade transforma a moda em uma linguagem visual de pertencimento, em que as pessoas podem adotar estilos, símbolos e narrativas que ressoam com suas visões de mundo, enquanto ainda afirmam suas singularidades.

A escolha de uma roupa resulta da combinação entre o desejo individual de se expressar somado à absorção das regras sociais e condutas imposta pela sociedade. Crane (2006) e Lipovetsky (1987) apontam que os indivíduos, ao escolherem determinadas vestimentas ou estilos se posicionam socialmente, transmitindo mensagens sobre suas identidades e aspirações. As narrativas da moda, expressas através dos simbolismos que as roupas carregam, auxiliam na construção dessas relações sociais e posicionamentos dos sujeitos, todavia, a interpretação dessas mensagens se sujeita à percepção de códigos específicos referentes ao período, grupo social, normas e condutas.

Ao estender essa compreensão às visualidades de moda produzidas pelos desfiles, editoriais, campanhas publicitárias, entre outros, se sobressai o fato de que a interpretação do expectador pode variar de acordo com o contexto histórico, social e individual de quem a observa, criando uma multiplicidade de interpretações possíveis.

Uma vez que os sujeitos constroem significados a partir do que eles veem, as visualidades de moda comunicam normas, padrões e valores estéticos, atribuindo aprendizagens aos corpos, as identidades e ao comportamento dos sujeitos nos diferentes contextos sociais, moldando, também, a forma como estes percebem a si mesmos e aos outros. Assim, longe de se restringir ao mundo das roupas, a moda ocupa um papel significativo como forma de expressão e linguagem visual, atuando não só como fenômeno cultural, mas também pedagógico.

Muito embora “cada leitor (que pode, na verdade, ser o estilista, ou o usuário, ou o espectador) traz a sua própria experiência cultural e suas expectativas” (Barnard, 2033, p. 56), as construções de significados a partir das representações visuais de moda podem vir a reforçar normas, padrões e valores estereotipados, na medida em que a nossa sociedade foi culturalmente construída a partir de uma visão eurocêntrica que em nada reflete a pluralidade de corpos e representações existentes no Brasil.

O universo da moda, tradicionalmente, reflete valores sociais, hierarquias e narrativas culturais, que por sua vez exercem influência significativa na construção de significados e no processo de socialização. A moda, como fenômeno cultural, é um veículo de comunicação onde os corpos assumem significados que extrapolam a função estética e adentram o campo da política e da representação. A mídia, em particular, projeta visualidades que simbolizam não apenas vestuários ou meras coleções, mas ideologias e valores relacionados a padrões corporais.

A indústria da moda, ao selecionar quais corpos são representados na mídia, passarelas, editoriais, entre outros, exerce uma influência direta sobre a forma como as sociedades percebem a corporeidade e a desejabilidade⁶. Corpos considerados fora dos padrões são pouco representados, criando uma exclusão sistemática e promovendo ideais inatingíveis, conforme constata Lampert:

⁶ O conceito de desejabilidade se refere à qualidade de algo ser desejado, apreciado ou valorizado em determinado contexto social, cultural ou econômico. Está diretamente relacionado à construção de valores, aspirações e expectativas, sendo influenciado por fatores como status, estética, utilidade e normativas sociais. Na cultura visual e na moda, a desejabilidade é um elemento central, pois determina quais imagens, produtos e estilos se tornam aspiracionais. No campo da educação e das pedagogias culturais, a desejabilidade pode ser analisada em relação às representações midiáticas e institucionais que moldam ideais de corpo, sucesso e identidade.

O sistema estético da moda torna-se alvo de apresentações complexas, pois personificam significados que emergem por meio de interpretações com relação do objeto que é representado e sua representação na sociedade – a imagem da moda produz manobras que conduzem a padrões de beleza idealizados e estereotipados (Lampert, 2007, p. 5).

Nessa direção, a moda, por meio das visualidades propagadas, pode perpetuar estereótipos e preconceitos, especialmente quando não expõe na seleção do *casting* de modelos “o corpo considerado errado – o corpo gordo, o corpo velho, o corpo deficiente, o corpo que difere da norma – deve ser apagado, deve ser escondido, e a roupa deverá ser o principal ponto de atenção” (Wagner; Ripoll, 2023, p. 8).

O modo de se vestir, portanto, vai muito além do desejo de cobrir o corpo. Muitas vezes é “um ato político, visto que a moda, na verdade, constitui-se de todo um processo histórico de mudanças sociais, culturais, econômicas e até mesmo ideológicas, que a humanidade vivência” (Silva; Lucena, 2017, p. 10). Quando a moda é capaz de desafiar a ordem estabelecida e criar novas possibilidades de percepção e de ação para o público, ela assume significados que extrapolam a função estética e adentram o campo da política.

A performance do corpo, nestes casos, vai além de uma mera apresentação das roupas. Os corpos são moldados e preparados para encarnar uma imagem específica de desejo, identificação e idealização. Os modelos performam identidades utilizando o corpo como veículo para transmitir uma ideologia, uma tendência, comportamentos, ou propor renovações nos modos de se vestir e adornar-se.

O discurso midiático da moda, frequentemente propaga normas estéticas, que exercem um papel disciplinador sobre os corpos, instituindo padrões de beleza e comportamentos a serem seguidos. Quando a mídia, *designers* de moda e as marcas que representam optam em seguir esses padrões, corpos magros, brancos e jovens costumam ser priorizados, enquanto corpos fora dessas categorias permanecem invisibilizados.

O universo da moda, portanto, também produz aprendizagens, significados e valores sociais. Para Ellsworth (2005), autora destacada dos estudos culturais, os espaços de aprendizagem estão além dos ambientes escolares. Para esta autora, os processos de ensinar e aprender são compreendidos como um complexo jogo de relações espaciais e temporais, em que as experiências de aprendizagem “excedem os mecanismos psíquicos, como memória, reconhecimento ou cognição” (p. 6), uma vez que as formas de ver o mundo são plurais e multidimensionais.

As visualidades de moda, ao reunir elementos como corpos, estéticas e performances, educam por meio de suas visualidades, veiculando padrões e comportamentos que reconfiguram visões de mundo. Operam, portanto, como faróis para comunicar valores culturais e identitários. Tendo em vista que as pedagogias culturais oferecem uma compreensão de que diferentes espaços e artefatos desempenham papéis pedagógicos, reconheço que a moda tem potencialidades de educar e deseducar olhares e percepções sobre as formas de ver e ser visto nos contextos sociais.

Nos desfiles de moda, o corpo assume função simbólica e performativa, carregando não apenas a materialidade do vestuário, mas também ideologias e valores próprios de uma determinada época e cultura. Esses eventos exibem mais do que coleções: produzem narrativas que atualizam o *zeitgeist*⁷, configurando-se como palcos nos quais se encenam disputas e enunciações acerca de identidade, gênero, raça e classe. Tal operação se dá porque o vestuário funciona como uma arquitetura que inscreve o sujeito no tecido social, “[...] o vestuário revela, então, as formas que o corpo assume no decorrer da História, definindo estilos de época, que também definem modelos de corpos” (Castilho; Vicentini, 2008, p. 135).

Dessa forma, ao criar determinadas visualidades para a expressão dos corpos, o mercado da moda contribui para a construção de identidades que dialogam com expectativas sociais, ao mesmo tempo em que oferece possibilidades de contestação e subversão. Hoje, marcas que desafiam as normas convencionais do universo da moda ocupam espaços consagrados dos grandes eventos. Ao apresentar coleções e corpos plurais, tais marcas não apenas promovem espetáculos estéticos, mas também questionam comportamentos e padrões, ao exibir performances nas passarelas que expandem as formas pelas quais os sujeitos constroem significados sobre o que veem e com o que se identificam.

Nos últimos anos, a moda tem sido atravessada por uma crescente demanda social por diversidade e sustentabilidade. A pressão por uma moda que valorize corpos diversos e que incorpore práticas de responsabilidade ambiental tem impulsionado a criação de novas coleções e reconfigurado discursos mercadológicos. A sustentabilidade na moda, nesse contexto, não se limita ao emprego de materiais

⁷Zeitgeist é um termo alemão que significa "espírito do tempo", referindo-se ao clima intelectual, cultural e moral dominante de uma época, que molda as ideias, valores, comportamentos e tendências que dominam uma sociedade em um determinado período.

ecologicamente adequados, mas envolve igualmente a produção de representações mais inclusivas e equitativas.

Esse movimento reconhece a necessidade de representar a diversidade humana de modo mais autêntico e aderente à realidade social. Nesse contexto, a moda sustentável passa a abarcar uma dimensão ética que se estende ao campo das representações visuais. Essa tendência parte do pressuposto de que uma moda mais inclusiva e representativa produz sentidos e oferece possibilidades de pertencimento para aqueles que consomem e participam desse universo. Em outras palavras, trata-se de marcas que assumem o compromisso com a diversidade e promovem uma transformação simbólica com efeitos que extrapolam o campo da moda, repercutindo em práticas e valores mais amplos. Ao fazê-lo, contribuem para a reinvenção de identidades e de suas formas de expressão visual. Esse é o caso, por exemplo, das marcas goianas Naya Violeta e Thear, apresentadas a seguir.

2.2.1. Naya Violeta

Estilista com conexões ancestrais de vestir e de produzir roupas afro-afetivas, a designer goiana Naya Violeta adota em suas criações um olhar pessoal e afetivo, articulado a um caráter autobiográfico e narrativo. Esses elementos, combinados às pesquisas visuais e de tendências, atravessam a marca homônima iniciada em 2007.

Conforme informações extraídas do site e das redes sociais⁸ da marca, oriunda de uma família de mulheres costureiras e tendo desde a infância, estabelecido vínculo com as manualidades, Naya compreendeu o fazer roupa como um exercício de autonomia — a possibilidade de transformar tecido em vestimenta, materializando peças antes vistas apenas na televisão ou em revistas, imprimindo-lhes identidade sustentada por ligações ancestrais.

Na adolescência, envolveu-se intensamente com trabalhos manuais, aprendendo bordado e crochê. Filha de comerciantes, desenvolveu desde cedo habilidades de comunicação e venda, fazendo de sua prática de costura um meio de circulação de suas criações. Inspirada, sobretudo pelos quintais das tias e pelos terreiros de candomblé, seu processo de desenvolvimento é ritualizado e ancestral,

⁸Informações acessíveis nos links: <https://nayavioleta.com.br/a-marca/> e <https://www.instagram.com/nayavioleta/>

orientado por uma política estética que busca reconhecer a potência de um Brasil negro por meio da construção de narrativas de corpos pretos e plurais.

A trajetória de Naya é atravessada por experiências de ausência de representatividade na moda. A partir da confecção de roupas para si e da circulação dessas peças entre amigas, identificou uma demanda por produções que contemplassem corpos e narrativas negras – demanda que contrasta com a tradição eurocentrada da moda brasileira, que historicamente marginaliza tais visualidades e mantém a população negra em posições subalternizadas. Naya observava que as referências visuais hegemônicas não contemplavam a beleza afro-brasileira; em resposta amorosa a essa ausência, assumiu a ancestralidade e as manifestações culturais afro-brasileiras como fundamento do processo criativo, buscando oferecer a representatividade que o mercado lhe negara.

Grande parte do que encontrava na moda dominante destoava do que via no cotidiano: um Brasil plural, composto por mulheres curvilíneas, por corpos negros e por histórias negras frequentemente apagadas pela indústria. Reiterando suas referências, o processo criativo de Naya Violeta permanece ritualizado e ancestral, operando a roupa como inscrição de narrativas negras plurais.

Naya define sua produção como pequena e amorosa. Para ela, pensar uma moda afro-afetiva implica inserir todas as pessoas envolvidas com a marca no processo reflexivo e construtivo, de modo que compreendam o conceito e expressem suas percepções. Tal integração confere verdade e amorosidade ao processo criativo, contrastando com a lógica dominante da indústria da moda, centrada na divisão funcional do trabalho e não na construção coletiva. A moda afro-afetiva, segundo a estilista, prioriza fibras naturais, como algodão, linho e viscose, desenvolve modelagens adaptadas a corpos curvilíneos e trabalha com estamparia exclusiva elaborada por ilustradores negros.

A roupa produzida no Ateliê Naya Violeta simboliza o lugar de pertencimento que a marca ocupa. Essa identidade é expressa por meio de referências afrocentradas, manifestas nas narrativas, nas cores, nas texturas e nas estampas que compõem suas criações:

Toda a coleção é circular: as peças se entrelaçam. É como se tudo estivesse em movimento e girando. O fogo envolve o barro e o cobre dos acessórios da Dani. Há babados que representam esse movimento e que também são uma saudação ao fogo. Esses conceitos são visualmente reconhecíveis nas peças. E, ainda que o público não identifique de imediato todas as referências, percebe-se o rigor com os preceitos da moda. Além de ser uma saudação

material à nossa ancestralidade, é uma coleção bela e agradável de se ver. Nós transcendemos a narrativa (Violeta, 2021)⁹.

Em 2021, com estréia viabilizada pelo projeto Sankofa¹⁰, a marca Naya Violeta inscreve seu nome na história da moda brasileira, ao tornar-se a primeira estilista goiana a desfilarm na maior semana de moda da América Latina, a São Paulo Fashion Week (SPFW). A coleção inaugural, intitulada *Foguete* é marcada por tons terrosos, mobiliza o imaginário do fogo como potência de transformação, especialmente em sua dimensão festiva, reafirmando origens, crenças e referências ao Candomblé.

Como um clarão, a coleção irrompe reverenciando o barro e o fogo, tanto na estamparia quanto no movimento dos babados. Afirma a estilista que

Em Foguete a gente fala do poder de transformação que é o lugar do fogo. O fogo que aquece, que transforma. Há o clarão que o foguete traz, o clarão que é olhar para o fogo, o clarão de estar vivo. Nesse momento histórico e social de extrema dificuldade que estamos vivendo, essa coleção tenta nos ajudar a entender a potência de corpos negros reexistirem e de olhar para estes corpos vivos (Violeta, 2021)¹¹.

O conceito para a coleção *Foguete* foi desenvolvido em colaboração com o curador de temas Gilson Plano, parceiro recorrente da marca, e com a designer Dani Guirra, responsável tanto pela estamparia quanto pela criação de acessórios exclusivos. Natural do Mato Grosso e residente no Rio de Janeiro, Dani é amiga próxima de Naya e, há alguns anos, compartilha com ela o processo criativo, assinando os acessórios das coleções.

⁹ Fonte: <https://revistazelo.com.br/estilista-goiana-naya-violeta-faz-estreia-inedita-na-spfw/>

¹⁰ Projeto criado em 2021 por André Hidalgo, concebido com o propósito de funcionar como uma plataforma de fomento e projeção de criadores autorais racializados no campo da moda. <https://www.instagram.com/projetosankofa/>

¹¹ Fonte: <https://revistazelo.com.br/estilista-goiana-naya-violeta-faz-estreia-inedita-na-spfw/>

Figura 1. Lucilene Kalunga e Bela Gil. Coleção Foguete, por Naya Violeta.



Foto: Zé Takahashi / @agfotosite. Imagem capturada do website do SPFW¹².

“A coleção *Foguete* tem o lugar de uma narrativa visual, poética e social, reverenciando o tempo do agora, respeitando o passado e construindo o presente. É um lugar de saudação. Esse é meu lugar de fala”, afirma¹³ a estilista, ao comentar elementos que remetem tanto ao Candomblé quanto ao Cerrado brasileiro.

¹²Fonte: <https://spfw.com.br/desfile/naya-violeta-2/>

¹³ Fonte: <https://revistazelo.com.br/estilista-goiana-naya-violeta-faz-estreia-inedita-na-spfw/>

Figura 2. Erika Hilton. Coleção Foguete, por Naya Violeta.



Foto: Zé Takahashi / @agfotosite. Imagem capturada do website do SPFW¹⁴.

Para a marca, a participação no SPFW, para além de reverenciar aqueles que a precederam por meio da coleção apresentada, inaugura também um caminho inédito para que novas gerações de jovens negros, sonhadores como Naya, reconheçam seu próprio potencial e encontrem nela um referencial para projetar e sustentar seus trabalhos no campo da moda.

Ao inscrever sua prática no campo da moda como produção que é simultaneamente resistência, cultura e política, a marca Naya Violeta tenciona regimes de visibilidade e desafia normatividades historicamente assentadas. Ao fazê-lo, opera justamente no entrecruzamento entre corpo, poder e afeto, dimensão em que o

¹⁴Fonte: <https://spfw.com.br/desfile/naya-violeta-2/>

vestuário não apenas reveste, mas governa aparições, reconhecimentos e modos de existir.

Isso conduz a reflexões sobre relações de poder e normatividades impostas, na medida em que a roupa se torna, a um só tempo, instrumento de inscrição de diferenças, sedimentação de preconceitos e dispositivo de subjetivação, mas também de ruptura das normas que os sustentam.

Nessa direção, a marca Naya Violeta, por meio de suas criações, faz emergir a potência da ancestralidade, da estética e das distintas manifestações culturais afro-brasileiras, sublinhando as narrativas que articulam encantamento e identidade, sem desconsiderar sua dimensão de resistência política.

2.2.2. Thear

Fundada por Theodora Alexandre – designer de moda formada pela Universidade Federal de Goiás, estilista e diretora criativa natural de Goiânia – a Thear é uma marca *slowfashion*¹⁵ nascida em 2018, que busca produzir moda de maneira consciente e artesanal, recuperando técnicas tradicionais e fomentando a construção de vínculos afetivos entre o produto final e o consumidor.

Com forte ênfase na materialidade e na textura, o trabalho da Thear ancora-se em pilares como design, pintura manual e memória afetiva. Um de seus princípios estruturantes consiste na reutilização de resíduos têxteis provenientes do corte, associada ao desenvolvimento de modelagens atemporais, com predominância do uso de monofibra 100% algodão. A seleção de matérias-primas privilegia fibras naturais e biodegradáveis, reduzindo ao mínimo o emprego de materiais sintéticos. O objetivo é criar roupas com materiais que tenham um melhor processo de decomposição, diminuindo o lixo têxtil. Todas as etapas do processo produtivo são concebidas para evitar desperdícios e minimizar descartes, reafirmando o compromisso da marca com práticas produtivas responsáveis.

Em 2020, a Thear tornou-se a primeira marca do Centro-Oeste a integrar a Casa de Criadores. Em 2022, estreou na SPFW N54 com a coleção, MetamAMORfose, inspirada na experiência pessoal de Theodora Alexandre, sobretudo no processo de

¹⁵ O *slowfashion* (moda lenta) é um movimento de moda sustentável, criado pela inglesa Kate Fletcher, que tem por objetivo despertar a consciência ética e o consumo de produtos com maior qualidade, feitos em pequena escala, indo contra a massificação da moda atual.

reconhecimento enquanto pessoa trans não binária. A designer relata¹⁶ que *“Aos 42 anos me descobri uma pessoa trans e essa coleção fala sobre esse novo passo. Meu companheiro sempre me chama de mariposa”*.

É a metamorfose da mariposa que orienta a construção da coleção, evidenciada tanto nas referências formais quanto conceituais, assim, surgem relações com o casulo em peças volumosas e abauladas; a transformação do inseto aparece literalmente nas estampas e, de modo mais abstrato, na modelagem ampla e fluida que simula asas por meio do uso de elásticos e drapeados.

É a primeira vez que a marca trabalha com seda, fibra natural obtida a partir do casulo da lagarta de determinadas espécies de mariposas, sendo o bicho-da-seda (*Bombyxmori*) o mais utilizado. No processo de formação do casulo, a lagarta produz uma secreção que, ao solidificar-se, resulta em um fio com elevada resistência, extensibilidade e capacidade de absorção de energia à ruptura, podendo atingir centenas de metros de comprimento por indivíduo.

Segundo a designer, as transformações na vida de cada sujeito devem estar fundamentadas no amor. Ela afirma: *“Nesse processo de pesquisa, a palavra ‘metamorfose’ contém a palavra ‘amor’, e em todos os processos existe amor. Então, sim, é muito profunda essa coleção”* (Alexandre, 2022)¹⁷.

Para a marca, a coleção MetamAMORfose faz referência a um processo valente, sincero e libertador, um ciclo contínuo de conhecer-se e reconhecer-se. Ainda que permeado pela dor, trata-se de desconstruir para construir; a aceitação é interna, se iniciando de dentro para fora. Não se trata do olhar do outro, mas do olhar dirigido a si. Nesse sentido, as visualidades expressas na coleção não constituem apenas construções discursivas, mas também experiências vividas, sensoriais e afetivas.

A coleção MethAMORfose destacou tanto pela incorporação de referências regionais em suas peças quanto pela promoção de representatividade e pluralidade nas passarelas.

As peças apresentadas no desfile receberam tingimento natural à base de folhas, cascas e frutos do Cerrado brasileiro, ressaltando o caráter regional da marca goiana. A cartela cromática transita entre tons terrosos, o off do algodão e o índigo, articulando ainda peças estruturadas em materiais mais rígidos, como o *denim*, com

¹⁶ Fonte: <https://vogue.globo.com/moda/noticia/2022/11/thear-or-sao-paulo-or-n54.ghtml>

¹⁷ Fonte: <https://sagresonline.com.br/circula-roupas-cores-do-cerrado-estampam-colecao-goiana-na-sao-paulo-fashion-week/>

formas arredondadas em balonê, a fluidez da seda, além de amarrações e crochês que remetem à ancestralidade preservada em técnicas manuais como bordado e macramê.

Considerando que a valorização de matérias-primas naturais constitui um elemento identitário da marca, nesta coleção a Thear elegeu a seda como material central da *MethAMORfose*. Sobre essa escolha, Theodora Alexandre (2022)¹⁸ afirma: “Eu queria muito trabalhar com tecidos mais nobres, então trouxemos a seda, que é um produto muito sofisticado e também milenar”. Em relação às referências regionais, acrescenta: “Nesta coleção, o que temos de mais regional são os tingimentos naturais a partir de plantas do Cerrado. Temos o jatobá e outras plantas que serviram como produtos tintórios”.

Em parceria com o projeto “Folhas Sustentáveis”, os acessórios foram desenvolvidos a partir da folha da cervejinha, planta típica e abundante do Cerrado. Segundo Theodora,

a Thear tem um compromisso com a valorização regional e com o uso de tecidos e fibras naturais. Por isso, em nossa coleção temos detalhes feitos um a um, em um longo processo de imersão, assinados pela tradicional designer de acessórios Patrícia Perez, que traz o legado de sua mãe, Cida Flores - empresa com quase meio século transformando as artes plásticas em exclusivos arranjos de cabeça. Neste processo, Patrícia mantém o mesmo respeito, dedicação e profissionalismo, com responsabilidade e aprimoramento dedicados às suas criações em arte (Alexandre, 2022)¹⁹.

¹⁸ Fonte: <https://revistazelo.com.br/thear-vestuario-apresenta-colecao-methamorfose-com-casting-plural-durante-a-spfw-54/>

¹⁹ Fonte: <https://revistazelo.com.br/thear-vestuario-apresenta-colecao-methamorfose-com-casting-plural-durante-a-spfw-54/>

Figura 3. Coleção MethAMORfose, por Thear.



Foto: Zé Takahashi / @agfotosite. Imagem capturada do website do SPFW²⁰.

O desfile também contou com um *casting* diverso, composto por mulheres com mais de 70 anos, modelos de tamanhos ampliados, pessoas com diversidade de gênero e pessoas com deficiência (PCDs), tensionando a hegemonia de corpos idealizados e ampliando a visibilidade de corpos reais no circuito da moda.

Teve especial relevância a presença de Sylvia Demetresco, escritora e pós-doutora em visual merchandising e vitrines, e da Dra. Delaíde Arantes, ministra do Tribunal Superior do Trabalho (TST), ambas com mais de 70 anos, a marca goiana quer dar luz à importância da moda e do etarismo. Em entrevista concedida a diretora criativa da marca afirmou que

Nosso casting traz representatividade e percepção de toda nossa pluralidade. Corpos ideais e reais, mostrando que não há limitação que resista ao poder da

²⁰Fonte: <https://spfw.com.br/desfile/thear-2/#cobertura>

MethAMORfose. Dessa forma, vamos trazer um olhar importante para o etarismo na moda, mas também para a inclusão de mulheres que representam a enorme diversidade do nosso país. Queremos que as pessoas se reconheçam em nossa passarela(Alexandre, 2022)²¹.

Figura 4. Figura 4. Sylvia Demetresco. Coleção MethAMORfose, por Thear.



Foto: Zé Takahashi / @agfotosite. Imagem capturada do website do SPFW²².

O pesquisador Nicholas Mirzoeff (2011), em *The Right to Look*, ao elaborar uma genealogia da relação entre visualidade, poder e autoridade, propõe a descolonização do olhar diante de uma visualidade que dita e supervisiona a distribuição do que pode ser dito, visto e olhado. Nesse sentido, mais do que analisar ou interpretar imagens e artefatos artísticos materializados nos desfiles de moda, faz-se necessário compreender e desenvolver uma atitude crítica em relação à indústria da moda e do entretenimento.

²¹ Fonte: <https://revistazelo.com.br/thear-vestuario-apresenta-colecao-methamorfose-com-casting-plural-durante-a-spfw-54/>

²²Fonte: <https://spfw.com.br/desfile/thear-2/#cobertura>

A contravisualidade, entendida por Mirzoeff (2011) como a introdução da diferença na percepção visual e nos modos pelos quais exploramos e produzimos significados a partir das imagens, manifesta-se nos desfiles de moda quando estes são capazes de desafiar a ordem estabelecida, criando novas possibilidades de percepção e de ação para o público. Nessa perspectiva, a marca Thear, ao trabalhar com um *casting* diverso, produz contravisualidade, na medida em que sustentar o dissenso implica subverter lógicas de dominação e resistir. Trata-se de uma luta por representatividade e justiça social, que recusa a perpetuação de narrativas de exclusão, invisibilidade e controle.

Ainda assim, mesmo ao buscar um *casting* diverso, a maior parte das modelos mobilizadas pela marca ainda corresponde ao padrão hegemônico de corpo magro e alto, reproduzindo modelos dominantes de beleza. Desse modo, as visualidades mobilizadas em uma mesma coleção, ainda que orientadas pela tentativa de sustentar o dissenso, permanecem atravessadas pela autoridade normativa na medida em que se inscrevem em uma sociedade em que o regime do visível é constituído por assimetrias de poder e por mecanismos de legitimação do olhar.

Esse olhar, ao incidir sobre as visualidades do corpo, se inscreve na ideia de dimensão política do visível, em diálogo com a noção de modos de ver proposta por Berger (1972), segundo a qual toda visualidade, inclusive aquelas produzidas pelos corpos vestidos e adornados, não apenas mostra, mas orienta o olhar, instruindo sobre como ver e, assim, reforçando ou tensionando valores, crenças e ideologias. A moda, ao produzir e reproduzir regimes de visibilidade institui códigos que delimitam aquilo que pode ser socialmente reconhecido como belo, aceitável ou moderno.

Por outro lado, as visualidades do corpo podem operar como práticas de resistência, reconfigurando o campo do visível e instaurando novas possibilidades de pertencimento e de representação, movimento este que se inscreve nas propostas das marcas goianas Naya Violeta e Thear Vestuário. Todavia, mesmo as marcas que se propõem a desafiar as normas convencionais do campo da moda não estão plenamente imunes aos padrões normativos. Os corpos, nesse contexto, negociam continuamente regimes de visibilidade, ora reproduzindo modelos hegemônicos, ora tensionando-os e resistindo a eles.

3. MODA E IDENTIDADE NO CONTEXTO ACADÊMICO: PROCESSOS METODOLÓGICOS

A pesquisa foi conduzida a partir de uma abordagem qualitativa com um viés exploratório e interpretativo, visando explorar as experiências e percepções de um grupo de estudantes do curso de Design de Moda da Universidade Federal de Goiás (UFG) sobre as temáticas que circundam a investigação, no período de 2024 e 2025. Para esse fim, adotei o estudo de caso como estratégia de investigação, com o intuito de situar as/ os estudantes, suas práticas sociais, bem como os significados por elas/ eles atribuídos, como eixos centrais na produção de sentido, considerando as especificidades do contexto acadêmico investigado.

O estudo de caso tem como propósito investigar um fenômeno contemporâneo em seu contexto de vida real (Yin, 2005), cabendo ao pesquisador compreender as relações estabelecidas entre o fenômeno estudado e o contexto em que ele se insere. Nessa perspectiva, busquei não apenas explorar as narrativas dos participantes no interior do contexto específico do curso, mas também apreender os significados atribuídos às experiências por eles vivenciadas, atentando-me às maneiras pelas quais essas experiências são construídas, vividas e narradas, com vistas a compreender como tais relações repercutem nas suas visualidades do corpo.

Para esse propósito, também adotei vieses da perspectiva da Análise Temática, conforme proposta por Braun e Clarke (2006), adaptada ao contexto desta investigação como recurso metodológico para a ampliação de sentidos e a expressão das subjetividades.

A Análise Temática constitui-se como um método voltado para a identificação, análise, interpretação e relato de padrões (temas) a partir de dados qualitativos (Braun; Clarke, 2006). Trata-se, portanto, de uma abordagem sistemática dos dados, com ênfase na identificação, análise e interpretação de padrões de significados que emergem do conjunto de informações coletadas. Esse método busca compreender significados e experiências a partir do que emerge nos dados, e não apenas quantificar respostas, contribuindo para que a presente pesquisa identifique os aspectos centrais das narrativas, aprofunde a compreensão das metáforas visuais que atravessam a relação entre corpo, moda e subjetividade e examine as visualidades do corpo no contexto acadêmico.

Os procedimentos metodológicos adotados também se fundamentaram na perspectiva dos Estudos de Cultura Visual, os quais destacam a relevância dos contextos culturais e das práticas de visualização na construção de identidades e

subjetividades. Essa abordagem partiu do entendimento de que “as imagens e outras representações visuais são portadoras e mediadoras de significados e posições discursivas que contribuem para pensar o mundo e para pensarmos a nós mesmos como sujeitos” (Hernández, 2011, p. 33).

Nesta pesquisa, os estudos de cultura visual, as pedagogias culturais, a moda, a abordagem do estudo de caso e a análise temática se articulam de forma integrada. A partir das narrativas orais e visuais de um grupo de estudantes do curso de Design de Moda da UFG, busquei compreender de que maneira esses sujeitos elaboram, negociam e tornam visíveis suas identidades por meio das visualidades do corpo, com o intuito de expressar singularidades e de produzir sinais de identificação e pertencimento, o que constitui o objetivo central desta investigação.

Investigar as influências culturais e sociais que moldam as visualidades corporais dos sujeitos de pesquisa implicou compreender as narrativas como eventos culturais, uma vez que “na cultura, praticamente tudo pode ser percebido como narrativa” (Martins, Tourinho, 2017, p. 153). Isso significa reconhecer que o ser humano constrói conhecimento por meio de suas interações sociais, atribuindo sentido às experiências vividas e produzindo interpretações subjetivas sobre o mundo. Assim, as narrativas emergem como histórias de vida situadas, em diálogo com os contextos socioculturais que as atravessam.

Na dissertação, compreendo e interconecto essas noções a partir do enfoque da moda, entendida aqui como um fenômeno cultural e, portanto, um veículo potente de expressão e formação identitária, responsável pelas construções subjetivas e simbólicas dos sujeitos no meio em que vivem (Mitchell, 2022, p. 8).

Por sua vez, o método de Análise Temática (Braun; Clarke, 2006), possibilitou a organização das narrativas orais e visuais obtidas durante a coleta de dados, bem como a identificação de padrões de sentido a partir da categorização dos temas que emergiram das histórias orais e das imagens. Busquei, assim, uma interpretação crítica acerca de como essas linguagens se entrelaçam para expressar as subjetividades das/os participantes manifestadas por meio das visualidades corporais no contexto acadêmico.

3.1 O curso de Design de Moda da UFG: estrutura e perfil discente e docente

A graduação em Design de Moda da UFG foi criada em 1995, a partir da percepção do potencial que o setor do vestuário representava para a indústria contemporânea, bem como de seu relevante papel socioeconômico e cultural, especialmente no estado de Goiás. Nesse contexto, sua criação atendeu a uma demanda das entidades representativas do setor e da própria sociedade. A primeira turma ingressou em 1996, e o curso foi reconhecido oficialmente pelo Ministério da Educação (MEC) em 29 de abril de 2004, por meio da Portaria nº 1.091, publicada no Diário Oficial da União (DOU), edição nº 83, em 3 de maio de 2004.

O Projeto Político-Pedagógico original do curso refletia os anseios da unidade acadêmica em ampliar sua atuação no campo, incorporando a moda como área de estudo, ensino e pesquisa. Além disso, respondia a uma expectativa da sociedade para que a Universidade Federal de Goiás contribuísse com a formação de profissionais qualificados para atuar nas diversas subáreas da cadeia produtiva têxtil, como o estilismo (atualmente denominado design de moda), a gestão de produtos, a produção e a edição. Assim, desde sua criação, o curso foi concebido com o propósito de atender a essas demandas específicas.

Segundo informações extraídas do website²³ e do Projeto Pedagógico do Curso de Bacharelado em Design de Moda²⁴(ano de referência 2023), o curso, com grau acadêmico de bacharelado, é ofertado na modalidade presencial e funciona nas dependências da Faculdade de Artes Visuais (FAV), localizada no Câmpus Samambaia, no município de Goiânia, estado de Goiás. Predominantemente noturno, o curso possui duração de oito semestres letivos (quatro anos) e oferece, anualmente, 30 vagas para ingresso no curso.

No que se refere à estrutura física, o curso de Bacharelado em Design de Moda dispõe de três laboratórios didáticos específicos, destinados ao desenvolvimento de atividades práticas relacionadas à formação das/os estudantes. São eles: a) Laboratório de Tecnologia em Vestuário e Costura – simula uma confecção de vestuário e é equipado com uma mesa de corte, 18 máquinas de costura reta industriais, 4 máquinas overlocke industriais, 2 máquinas galoneiras industriais e 1 máquina doméstica; b) Laboratório de Tecnologia em Vestuário e Modelagem – conta com 24 mesas de modelagem, 40 manequins para moulage, ferro industrial, sistema de

²³Informações no link: <https://fav.ufg.br/p/design-de-moda>

²⁴Informações no link: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/403/o/PPC_-_Projeto_Pedagogico_do_Curso.pdf?1518119653

modelagem computadorizada e plotter, possibilitando o desenvolvimento de atividades relacionadas à criação e construção de peças de vestuário; c) Laboratório de Materiais e Superfícies Têxteis – dispõe de microscópios, amostras de tecidos e catálogos da indústria têxtil. Este espaço também é utilizado para criação e execução de projetos de design de superfície, contando com dois computadores voltados ao desenvolvimento de estamparia digital, mesa de serigrafia térmica, duas prensas térmicas planas para termo transferência, prensa para objetos cilíndricos, gravadora de matriz, mesa de luz, bancada e pia.

A proposta curricular atualmente em vigor tem como objetivo atender à formação de designer de moda, ao priorizar uma maior concentração em disciplinas projetuais fundamentadas na metodologia de resolução de problemas. Tal abordagem se revelou mais adequada ao contexto do estado de Goiás, ao oferecer uma formação alinhada às vocações industriais e comerciais da região.

Nesse sentido, o curso tem como objetivo geral oferecer uma formação que capacite a/o estudante a atuar como designer de moda, por meio do domínio de recursos técnicos e tecnológicos, do desenvolvimento de uma visão analítico-crítica sobre os contextos socioculturais envolvidos, da aplicação da metodologia de resolução de problemas e do aprimoramento na elaboração e execução de projetos voltados para o campo do Design de Moda.

Segundo o PPC atualmente em vigor, os objetivos específicos do curso se desdobram em estratégias voltadas para a formação ampla e crítica no campo da Moda, contemplando: a capacitação para a identificação e compreensão dos diferentes mercados de atuação e de pesquisa; pesquisa e atuação no campo da criação em moda, com ênfase na análise de tendências, na concepção e execução de produtos de moda, especialmente projetos voltados ao vestuário; pesquisa e atuação no setor da indústria têxtil, abrangendo desde os processos industriais de produção de tecidos e modelagem, até o trabalho administrativo e criativo no contexto industrial; a pesquisa e atuação no campo dos negócios da moda, com foco em gerenciamento e consultoria nos setores industrial e comercial (varejo); investigação e atuação no campo da consultoria de moda, com vistas à definição de linhas, formas e estilos voltados ao mercado de consumo e às demandas empresariais do setor; pesquisa e atuação no âmbito acadêmico, especialmente nos estudos voltados à História e à Teoria da Moda.

O Estágio Curricular Obrigatório possui duração de dois semestres e tem como propósito contribuir para o desenvolvimento e o aprimoramento da formação

profissional discente, por meio da realização de atividades supervisionadas, em conformidade com as diretrizes pedagógicas estabelecidas. O estágio deve ocorrer em ambiente adequado ao exercício profissional no campo do Design de Moda, podendo contemplar qualquer uma das áreas de atuação previstas no curso. Seu objetivo é proporcionar, durante o processo formativo, uma experiência prática de caráter profissional, promovendo a articulação entre teoria e prática.

Paralelamente ao Estágio Curricular Obrigatório, a/o estudante deve desenvolver uma monografia como parte integrante das atividades do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). A monografia pode assumir um caráter estritamente acadêmico ou, alternativamente, fundamentar-se em uma metodologia projetual de pesquisa, característica do campo do Design, voltada à investigação e à proposição de soluções para problemas específicos do contexto profissional.

Os projetos de TCC devem ser orientados pelos eixos temáticos vinculados à matriz curricular do curso, a saber: a) Eixo Criativo-Expressivo: contempla temas relacionados aos processos de criação e representação por imagem no design de moda, tais como ilustração, estudos gráficos e tridimensionais, bem como investigações sobre processos criativos e poéticos aplicados ao design; b) Eixo Teórico-Cultural: abrange temas que articulam o design de moda com áreas como história da arte, artes visuais, cultura visual, estudos culturais, antropologia, sociologia, história, entre outras; c) Eixo Técnico: focaliza temas voltados ao estudo e à investigação do desenvolvimento de produtos no design de moda, especialmente com enfoque na resolução de problemas técnicos e funcionais.

No que se refere à matriz curricular, o curso adota uma perspectiva interdisciplinar e de articulação entre teoria e prática, promovendo uma integração mais ampla com os demais cursos de Design da Unidade e com o curso de Artes Visuais – Bacharelado. Essa integração se concretiza por meio do compartilhamento de um núcleo comum de disciplinas voltadas à formação artística, abrangendo tanto práticas artísticas quanto conteúdos voltados à formação cultural em História da Arte.

O curso também se orienta por uma perspectiva de formação ética da/o profissional de Design de Moda, promovendo a compreensão das dimensões sociais e culturais da atuação das/os egressas/os. Tal perspectiva é desenvolvida, especialmente, por meio das disciplinas de Gestão em Design, Gestão de Processos Produtivos e Marketing de Moda Cultural. Nessas componentes curriculares, busca-se possibilitar a compreensão das práticas profissionais no campo do design, bem como

sua capacitação para a gestão de capital humano, com base em princípios éticos, tanto gerais quanto específicos da profissão. Além disso, são abordadas as formas de legislação profissional e da área cultural — particularmente no que se refere a projetos artísticos e de design — com o objetivo de preparar a/o estudante para o desenvolvimento de projetos voltados à atuação em contextos de cultura pública.

O curso de Design de Moda – Bacharelado da FAV-UFG forma profissionais habilitados para atuar no mercado da moda em âmbito nacional, com especial atenção às demandas específicas da região Centro-Oeste. Sua estrutura atende a uma demanda crescente do setor, oferecendo uma formação sólida, crítica e contextualizada, alinhada às necessidades do mercado profissional contemporâneo.

A formação profissional de Moda está estruturada em torno dos quatro eixos temáticos definidos na matriz curricular do curso, possibilitando a vivência integrada dos campos teórico e prático nas áreas de pesquisa, criação, gestão, comunicação e reflexão acadêmica. Essa formação considera a especificidade do desenvolvimento de um pensamento material e visual, com caráter estético, funcional, simbólico e ético, articulando as inter-relações entre Moda, Design e Arte.

O eixo norteador da formação profissional em Design de Moda fundamenta-se no contínuo processo de interação entre o universo acadêmico e o mercado de trabalho. As disciplinas que compõem a matriz curricular do curso buscam equilibrar a formação intelectual de natureza acadêmica com uma preparação voltada à compreensão e ao atendimento das demandas profissionais, com destaque para as especificidades do mercado da região Centro-Oeste do Brasil, reconhecida como um importante polo da indústria de confecção no país.

O egresso está habilitado a desenvolver atividades no campo múltiplo da Moda, envolvendo: (a) criação e produção de produtos e serviços; (b) atividades de gestão de processos e produtos de Moda; (c) comunicação de moda; (d) atividades de consultoria profissional a empresas e a usuários; (e) criação e representação, manual e digital, de produtos e serviços; (f) atuação em oferta de serviços de fotografia, marketing e produção de moda; (g) além da pesquisa acadêmica em qualquer um dos quatro eixos propostos no curso.

Dessa forma, o perfil do egresso abrange a capacidade de concepção e execução de projetos em Design de Moda, integrando os conhecimentos técnicos e teóricos adquiridos ao longo do curso, enquanto contextualiza seu trabalho dentro de contextos socioculturais específicos.

Atualmente, o corpo docente do curso é composto por 13 (treze) professoras/es efetivos, todos detentores de titulação *stricto sensu* obtida em programas de pós-graduação reconhecidos pelo MEC. Todos os docentes são servidores públicos federais, com vínculo de magistério superior, atuando em regime de 40 horas semanais, com dedicação exclusiva. Esse regime abrange as dimensões de ensino, pesquisa, extensão e atividades administrativas.

O corpo docente do curso possui experiências profissionais relevantes além da docência superior, como atuações em indústrias de confecção de vestuário e setores correlatos, consultorias, produções textuais em revistas especializadas e científicas, em produções audiovisuais, em facções, no desenvolvimento de projetos de design, entre outros campos.

3.2 Caminhos metodológicos: observação, escuta sensível e produção imagética

A metodologia foi composta por quatro fases principais: Revisão Bibliográfica; Coleta de Dados; Análise de Dados e Interpretação dos Resultados.

A Revisão Bibliográfica teve como intuito levantar estudos já existentes sobre o tema da pesquisa, a fim de mapear discussões teóricas dentro dos campos da moda, cultura visual e pedagogias culturais, que permeiam os conceitos de identidade, representação, corpo e visualidades. O levantamento bibliográfico foi realizado por meio de buscas em repositórios digitais, especialmente na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES.

Para a realização dessas buscas, utilizei combinações de palavras-chave alinhadas aos principais eixos temáticos da pesquisa. De modo geral, na seleção dos materiais priorizei produções que, embora dialogassem com distintas áreas do conhecimento, mantinham como foco central temáticas voltadas ao campo da moda. Nesse processo, considerei trabalhos de pós-graduação oriundos de diversas áreas, com os quais esta pesquisa estabelece interlocuções.

Os materiais selecionados foram organizados em pastas digitais e agrupados por áreas temáticas, facilitando sua localização e acesso ao longo da pesquisa. Essa seleção teve como finalidade aprofundar a compreensão sobre o tema da pesquisa, ampliar o repertório conceitual e contribuir de forma direta com a construção do texto. À medida que a escrita avançava, em determinados momentos identifiquei a necessidade

de aprofundar a compreensão sobre alguns temas específicos, o que motivou novas buscas por trabalhos que pudessem ampliar e qualificar as reflexões desenvolvidas.

A segunda etapa foi ancorada nas narrativas, centrada nas experiências de pessoas e suas percepções sobre o mundo. Nessa fase, busquei estabelecer uma relação dialógica e ética com as/os participantes, buscando interpretar os sentidos atribuídos às suas vivências.

Nesta fase, com a anuência da coordenação do curso e delimitado o campo da pesquisa, o projeto foi submetido à apreciação do Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal de Goiás (CEP/UFG). Após a realização dos procedimentos e trâmites institucionais necessários, o protocolo foi aprovado, sendo a pesquisa considerada eticamente adequada de acordo com os princípios vigentes. A partir da aprovação do CEP, foi iniciada a etapa de coleta de dados.

Pragmaticamente, a coleta de dados se deu a partir de quatro instrumentos principais: a) observação participante no contexto do curso de Design de Moda, b) entrevistas semi-estruturadas; c) desenvolvimento pelas/os participantes de uma produção visual, que permitiu uma análise mais aprofundada das representações e significados atribuídos às visualidades do corpo; e, d) acompanhamento dos trabalhos desenvolvidos no âmbito do projeto de extensão *FAV Fashion Gala* (2025).

3.2.1. Observação participante: práticas e interações no ambiente acadêmico

A observação participante configura-se como uma metodologia amplamente utilizada na coleta de dados qualitativos, sobretudo em pesquisas nas áreas de Humanidades. Consiste na inserção direta da pesquisadora no contexto investigado, promovendo uma convivência ativa com as/os participantes e permitindo o acompanhamento atento de suas interações, rotinas, valores e práticas cotidianas. Conforme afirma Angrosino (2009), trata-se de um processo de aprendizagem que ocorre por meio do envolvimento com as atividades cotidianas daqueles/as que participam o cenário de pesquisa. Essa abordagem favorece a compreensão das dinâmicas sociais observadas, revelando sentidos e significados importantes para esta pesquisa.

A escolha pela observação participante também se fundamentou no interesse em captar aspectos das práticas sociais que, muitas vezes, escapam aos relatos narrativos. A minha presença em sala de aula proporcionou observar como as/os estudantes interagem e exibem suas visualidades corporais também a partir de

expressões sutis, gestos, padrões de interação e dinâmicas de pertencimento que, nem sempre, seriam verbalizados em entrevistas formais.

A entrada em campo foi precedida de uma conversa com a professora Lorena Pompei Abdala, coordenadora do Curso na época da pesquisa de campo. Para tanto, após o contato via e-mail, foi agendada uma reunião *online*. Neste encontro, apresentei o projeto e consultei sobre a possibilidade de realizar o campo de pesquisa no curso de Design de Moda. Após seu aceite, a professora sugeriu a observação de uma turma ingressante e outra do último ano da graduação. A sugestão teve como propósito viabilizar minha presença em contextos nos quais estudantes ingressantes e concluintes interagem e expressam suas visualidades corporais, possibilitando uma compreensão mais ampla das dinâmicas presentes ao longo da formação acadêmica.

Seguindo essa orientação, a observação se deu no período de um mês, nas salas de aula das disciplinas: “Tecnologia Têxtil I” do 2º período e “Projeto em Design de Moda III” do 8º período, ministradas pelas professoras Isadora Santos Medeiros e Lorena Pompei Abdala, respectivamente.

No primeiro dia de observação, no início de ambas as aulas me foi concedido um momento para que pudesse me apresentar à turma, explicitar os objetivos da pesquisa e esclarecer os motivos que justificavam minha presença em sala de aula ao longo do mês. Essa apresentação teve como finalidade informar as/os estudantes sobre a realização da observação, assegurando, assim, o cumprimento dos princípios éticos que regem a pesquisa.

O registro dos dados foi realizado de forma sistemática por meio de anotações em diário de campo. Neste diário, para os processos de reflexão e análise do campo, contemplei três dimensões principais: a) descrição factual e direta, abrangendo aspectos como o que ocorreu, quem estava presente, o que foi dito, os comportamentos observados das/os estudantes, bem como detalhes de horários, contextos, expressões faciais, gestos, entre outros; b) impressões e interpretações iniciais, nas quais registrei percepções, pensamentos, questionamentos e possíveis conexões com a temática da pesquisa; c) reflexões pessoais que envolveram registros sobre minhas experiências subjetivas no campo.

Durante o período de observação em sala de aula, busquei me posicionar em uma carteira localizada no fundo da sala, com o objetivo de ter uma visão mais ampla do ambiente, das visualidades que emanavam das/os estudantes e suas interações. Em determinados momentos, especialmente nos intervalos ou após o encerramento

das aulas, algumas estudantes se aproximaram espontaneamente, demonstrando interesse em compreender mais sobre a pesquisa. Essas interações favoreceram o estabelecimento de relações de confiança, contribuindo para a obtenção de dados mais significativos e aprofundados das etapas posteriores da coleta de dados.

Para citar um exemplo, destaco a fala de uma estudante que se aproximou de mim ao final da aula, no meu primeiro dia de observação, para comentar que havia achado a minha pesquisa interessante e, em seguida, questionar se eu estaria ali para observar a forma como as/os estudantes se vestiam. De imediato, respondi categoricamente que minha investigação ia além. Essa breve interação, no entanto, provocou uma reflexão sobre o meu papel enquanto pesquisadora, especialmente no que diz respeito aos objetivos da observação, às percepções das pessoas observadas e à minha postura ética frente ao campo.

Apesar dos desafios inerentes à manutenção da atenção e da concentração por longos períodos para observar e realizar as anotações no caderno de campo, no turno noturno, o maior obstáculo por mim enfrentado nesta etapa consistiu em realizar os registros de maneira mais detalhada possível, buscando assegurar a riqueza de detalhes nas descrições.

Durante esse período de observação no campo, pude identificar alguns padrões e elaborar algumas reflexões, por exemplo, que a moda integra as relações sociais e se manifesta em diversos contextos, inclusive no ambiente universitário. No entanto, na graduação em Design de Moda, ela assume um papel particularmente relevante, à medida que as/os estudantes estão diretamente envolvidas/os com os estudos teóricos e práticos sobre o tema. Desse modo, as visualidades produzidas pelas/os estudantes revelaram determinadas peculiaridades que, possivelmente, não se manifestam em outros contextos de ensino e aprendizagem.

Percebi as/os estudantes de modo geral buscam incorporar elementos da moda em suas visualidades corporais. Assim, mesmo quando optam por vestimentas consideradas básicas — como jeans e camiseta —, é possível notar o uso intencional de modelagens, cores, aviamentos ou acessórios que de certa forma as/os diferenciam das/os demais estudantes que frequentam o prédio da FAV.

Durante o período de observação, também se tornou perceptível o perfil socioeconômico das/os discentes, em que a maioria aparenta pertencer a classes de baixa e média renda. Tal constatação corrobora os dados apresentados no desmembramento regional da V Pesquisa do Perfil Socioeconômico e Cultural dos

Estudantes das Universidades Federais²⁵, divulgada em maio de 2023 pela Universidade Federal de Goiás (UFG). O estudo, realizado a cada quatro anos pela Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior (Andifes), revelou que 75,5% das/os estudantes da instituição possuem renda familiar per capita de até 1,5 salário-mínimo.

Por outro lado, no último ano, viralizou no TikTok uma *trend* que mostra como as/os estudantes de moda se vestem para frequentar a faculdade. Dentre esses vídeos, destacaram-se aqueles produzidos por estudantes do Centro Universitário Armando Alvares Penteado (FAAP), cujo curso de Bacharelado em Moda é reconhecido como referência de excelência no Brasil, especialmente entre as camadas mais elitizadas da sociedade, com mensalidades que giram em torno de R\$ 5.685,00²⁶. Nesses vídeos, é possível observar o uso recorrente de roupas, calçados e acessórios de marcas de luxo. Nesse sentido, o recorte da presente pesquisa – estudantes do curso de Design de Moda da UFG – revela que as formas pelas quais esses/as jovens elaboram e tornam visíveis suas identidades por meio das visualidades corporais diferem significativamente daquelas apresentadas por estudantes de moda de algumas instituições privadas.

Outro aspecto que chamou minha atenção durante o processo de observação foram as diversas similaridades entre as visualidades corporais dos diferentes grupos de estudantes. Embora seja evidente a liberdade no vestir, bem como a expressão da individualidade e, por vezes, da originalidade, notei também uma dinâmica peculiar: parece haver um desejo de diferenciação em relação à coletividade mais ampla, mas não em relação ao próprio grupo de pertencimento.

De modo geral, observei que os grupos permaneceram estáveis ao longo do tempo, demonstrando que tendem a circular, interagir e socializar predominantemente com as mesmas pessoas, além de ocuparem lugares fixos ou recorrentes na sala de aula. Percebi, por exemplo, a formação de grupos que preferem se posicionar no fundo da sala; grupos que participam mais ativamente das aulas; e, outros, cuja postura revelava menor comprometimento. As relações interpessoais entre as/os estudantes

²⁵Fonte: <https://opopular.com.br/cidades/estudantes-da-ufg-com-baixa-renda-representam-75-aponta-pesquisa-1.1804385>

²⁶ Preço válido para o segundo semestre de 2025, conforme informação extraída site <https://vestibular.faap.br/moda>

parecem ser orientadas por afinidades e interesses comuns, o que também se reflete nas escolhas estéticas.

Também se tornaram perceptíveis as diferenças entre estudantes ingressantes e concluintes. Na turma da disciplina do segundo período, muitas/os utilizavam o celular constantemente durante as aulas, conversavam entre si, e alguns/algumas demonstravam desatenção à fala da professora e, por vezes, deixavam a sala antes do término da aula. Mas, na turma da disciplina do oitavo período, observei um perfil distinto.

Foi interessante notar como fatores como a idade, o percurso ao longo da formação acadêmica e a proximidade da conclusão do curso influenciam significativamente na postura do corpo discente. Nesta fase, as/os estudantes pareceram mostrar-se mais atentas/os e participativas/os. Notei que estão mais engajadas/os. Essas transformações também se refletem nas escolhas estéticas, evidenciando um modo de vestir mais maduro e alinhado a uma identidade profissional em construção.

Na turma do segundo período, identifiquei uma forte influência das culturas pop japonesa e coreana, especialmente por meio de referências aos animes, filmes e séries japonesas e da cultura do K-pop (Korean pop) – gênero musical originado na Coreia do Sul. Essa influência manifesta-se no uso de peças como jaquetas jeans, moletons, roupas *oversized*, saias plissadas, suspensórios, meias 5/8 e toucas. Além disso, observei a predominância de um estilo pautado na estética da vida urbana, com uma *vibe* descolada e toques de rebeldia, expressos no uso de jaquetas de couro, jeans rasgados, *cropped*s, camisetas de banda, meias arrastão e botas de visual robusto. Já na turma do oitavo período, embora a estética da vida urbana também esteja presente, ela se manifesta de forma mais sóbria e refinada, observei uma maior presença de camisas e peças de alfaiataria, tais como blazers, coletes e calças, que conferem um visual estiloso, porém mais estruturado e maduro.

Essas reflexões que surgem a partir da observação participante permitiram acessar dimensões implícitas que favoreceram uma compreensão mais ampla e contextualizada dos processos investigados. Essa aproximação demandou de mim uma postura sensível e atenta, pautada no reconhecimento de que toda observação é atravessada por interpretações e que minha presença nas salas de aula também alterava aqueles ambientes.

3.2.2. As entrevistas e as percepções sobre identidades e visualidades do corpo

O segundo instrumento utilizado na coleta de dados foi a aplicação de entrevistas semiestruturadas, que tiveram como objetivo captar as percepções, experiências e subjetividades de um grupo de 10 (dez) estudantes do 2º, 4º, 6º e 8º períodos do curso de Design de Moda da UFG, acerca de suas identidades, visualidades corporais e as influências culturais que moldam suas escolhas estéticas.

A escolha pela entrevista semiestruturada como método de coleta de dados teve como objetivo valorizar e potencializar a voz das/os participantes da pesquisa. Duarte (2004) argumenta que as entrevistas permitem à pesquisa realizar um mergulho em profundidade nas experiências dos sujeitos, em busca de indícios sobre os modos como cada indivíduo percebe e atribui significados à sua realidade, além de levantar informações consistentes que possibilitem descrever e compreender a lógica que orienta as relações estabelecidas no interior do grupo investigado.

O contato com os sujeitos da pesquisa se deu nos corredores, ateliês e salas de aula da FAV, momento em que me apresentei, expliquei os objetivos da pesquisa e consultei sobre o interesse de participação na investigação. Algumas pessoas já me conheciam, visto que estive presente em suas salas de aula durante a observação participante.

Ao longo de uma semana estive na FAV, buscando colaboradoras/es, até conseguir um total de 10 pessoas interessadas. Em que pese a seleção tenha sido baseada na disponibilidade, interesse e disposição em participar da pesquisa, também tive o cuidado de abordar grupos plurais, considerando critérios de diversidade para incluir estudantes de diferentes gêneros, raças, classes sociais e orientações sexuais, para garantir a representatividade das várias identidades presentes no curso.

Após esta seleção, no primeiro contato, apresentei o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), por meio do qual foram esclarecidos os objetivos, procedimentos e demais informações pertinentes à pesquisa, bem como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de sua participação. As entrevistas foram conduzidas de forma individual e as/os estudantes tiveram a liberdade de escolher a modalidade do encontro (presencial ou online), bem como a data e horário, de acordo com suas disponibilidades. Entre as dez pessoas participantes, apenas uma optou pela modalidade presencial, todas demais optaram por entrevistas online.

A aluna que optou pela entrevista presencial, me surpreendeu com a informação de que só poderia concedê-la naquele exato momento em que foi consultada. Diante

disso, enfrentei dificuldades para encontrar um local na FAV que garantisse tanto a privacidade necessária quanto a ausência de ruídos que pudessem comprometer a qualidade da gravação, situação que foi solucionada mediante a utilização de uma sala desocupada. Por sua vez, nas entrevistas realizadas de forma remota, também fui surpreendida pelo fato de que quatro, dentre nove participantes, optaram por manter as câmeras desligadas, mesmo após eu ter esclarecido que apenas o áudio seria gravado.

Minha maior preocupação na condução das entrevistas foi manter a imparcialidade, evitando interferências nas narrativas das pessoas entrevistadas e, ao mesmo tempo, estimulando a livre expressão. Além disso, busquei criar um ambiente acolhedor e propício ao compartilhamento de percepções e experiências, de modo a garantir que se sentissem à vontade durante a interação.

Antes da realização das entrevistas, gastei um tempo considerável na elaboração de um roteiro, prevendo a necessidade de que esses dados deveriam me conduzir a uma aproximação aos objetivos da pesquisa. Assim sendo, estabeleci três eixos temáticos na elaboração do roteiro das entrevistas:

- a) Sobre a relação entre identidade pessoal e as práticas de vestir e de se ver: busquei investigar as conexões entre corpo e moda, as articulações entre moda e identidade, bem como as formas de expressão de si por meio das visualidades do corpo.
- b) Sobre influências culturais e sociais nas escolhas do vestir: objetivei compreender as influências culturais, as escolhas estéticas e as inspirações que orientam a forma como os sujeitos se veem e desejam ser vistos, incluindo reflexões sobre o que determina seus estilos de vestir e os efeitos intencionais dessas escolhas.
- c) Sobre as experiências dos estudantes com representações visuais no contexto acadêmico e social: busquei explorar de que modo as escolhas pessoais de vestimenta refletem a identidade das/os pessoas entrevistadas, as formas de identificação com grupos sociais e também com outras/os estudantes do curso, as percepções sobre os estilos, bem como discutir a existência de normas de vestimenta — explícitas ou implícitas — no ambiente acadêmico. Além disso, foram abordadas questões relativas às exclusões, pertencimento, representatividade e invisibilidades nesse contexto.

Embora a estrutura do roteiro tenha sido seguida, as/os estudantes foram incentivadas/os a manterem a liberdade reflexiva durante as conversas, o que lhes permitiu expressar, de forma espontânea, quaisquer percepções ou aspectos que considerassem relevantes sobre o tema abordado. Esse procedimento teve como objetivo assegurar que, embora houvesse um conjunto temático pré-estabelecido, o ambiente da entrevista permanecesse aberto e flexível, oferecendo espaço para que as/os participantes pudessem explorar questões que, eventualmente, não estivessem contempladas nas questões formuladas.

Ao longo do processo, percebi boa vontade e interesse por parte de todas as pessoas entrevistadas, considerei isso um aspecto positivo. Também observei variações significativas tanto na duração das entrevistas – algumas ultrapassaram uma hora, enquanto outras não se estenderam por mais de vinte e cinco minutos – quanto na desenvoltura das/os participantes ao se expressarem.

Apesar do meu esforço em explorar as questões norteadoras e incentivar as falas, acredito que as características individuais das/os participantes – algumas mais tímidas, outras mais extrovertidas – influenciaram diretamente no desenrolar das entrevistas. Essas diferenças refletem, em grande medida, as particularidades de cada sujeito e suas distintas formas de se posicionar diante da experiência de narrar.

As entrevistas foram gravadas e as transcrições realizadas com o auxílio de um aplicativo de Inteligência Artificial, disponível gratuitamente em plataforma online. Ainda que essa ferramenta facilitou o processo, reconheço que esse sistema apresenta limitações. Por essa razão, essa etapa exigiu que o refinamento das transcrições automatizadas fosse realizado imediatamente após as entrevistas, enquanto as informações estavam frescas em minha memória. Foram necessárias muitas horas de escuta cuidadosa, escrita e reescrita, a fim de garantir fidelidade dos depoimentos. Além disso, descrever as sutilezas corporais das pessoas que permaneceram com a câmera aberta, gestos que não são expressos nos áudios²⁷.

Com vistas a assegurar o anonimato e a confidencialidade das/os participantes, optei por atribuir codinomes fictícios inspirados em estilistas de grande relevância na história da moda. Assim, para fins de identificação ao longo da análise, as/os participantes serão por mim referidas/os pelos seguintes nomes: Coco Chanel, Elsa

²⁷ As transcrições das entrevistas foram realizadas de forma literal, preservando integralmente as falas das pessoas participantes, sem adaptações gramaticais ou correções linguísticas.

Schiaparelli, Christian Dior, Cristóbal Balenciaga, Hubert de Givenchy, Yves Saint Laurent, Alexander McQueen, Miuccia Prada, Madeleine Vionnet e Gianni Versace.

Nesta fase da pesquisa, as/os estudantes narraram²⁸ e refletiram sobre a relação entre suas identidades pessoais e as práticas de vestir e de ver-se, abordaram as influências culturais e sociais que permeiam suas escolhas de vestuário, bem como compartilharam suas experiências com as representações visuais no contexto social e, especialmente, no ambiente acadêmico.

3.2.3. Painéis visuais (*moodboards*): significados e representações

O terceiro método utilizado para a coleta de dados foi uma atividade com as mesmas pessoas que participaram das entrevistas (10 estudantes) para a construção individual de um painel visual digital, comumente denominado como *moodboard* na área do design.

Enquanto as entrevistas se dedicaram à exploração das narrativas orais e suas utilidades, a atividade proposta nesta fase da pesquisa teve como foco os repertórios imagéticos. Para tanto, promovi a construção de metáforas visuais com o intuito de aprofundar a compreensão das percepções das pessoas participantes. Essa abordagem possibilitou-me realizar uma análise mais ampla e sensível das representações e dos significados atribuídos às identidades e visualidades corporais, bem como ampliar a compreensão sobre as influências culturais e de estilo que orientam as escolhas estéticas dos sujeitos de pesquisa.

Assim, solicitei a elaboração de um *moodboard* contendo de oito a doze imagens que representassem o estilo pessoal de cada um/uma, a forma como gostariam de ser vistas/os, as influências culturais que permeiam suas escolhas de vestuário, inspirações de estilo, referências estéticas e imagens relacionadas ao seu estilo de vida. O envio do arquivo poderia ser realizado no formato PDF, via *Whastapp* ou e-mail.

Orientei que as imagens poderiam ser selecionadas a partir de redes sociais, bancos de imagens, plataformas como o *Pinterest*, acervos pessoais ou quaisquer outras fontes de referência das/os participantes. Para a elaboração do painel visual,

²⁸ Ao longo do capítulo 4 apresento alguns trechos que me chamaram atenção e se revelaram importantes no contexto investigado.

poderiam ser utilizadas diferentes ferramentas, *softwares* e plataformas de criação e edição de imagens.

Sete, dentre as/os dez estudantes participantes das entrevistas, optaram por não contribuir com esta etapa da pesquisa, alegando falta de tempo ou de interesse. Embora a possibilidade de recusa estivesse prevista no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e constituísse um dos riscos considerados desde o início do estudo, não deixei de me sentir surpreendida diante dessas desistências. Por outro lado, alguns resultados também me surpreenderam de maneira positiva, seja pelo cuidado empregado na realização da atividade, seja pela qualidade estética.

A atividade da produção dos *moodboards*²⁹ enfatizou as formas como os sujeitos da pesquisa articulam representações significativas para a sua formação identitária, seus repertórios imagéticos e suas posicionalidades no contexto do curso de Design de Moda. Nessa fase da pesquisa, o interesse recaiu sobre as formas pelas quais os indivíduos são posicionados pelos discursos visuais que os atravessam e, simultaneamente, sobre as maneiras pelas quais se reconhecem e se identificam nesses mesmos discursos.

Os métodos adotados para a coleta de dados exploraram como as narrativas pessoais se entrelaçam com os discursos visuais expressos nas visualidades do corpo das/dos estudantes. Enquanto as entrevistas privilegiaram a construção de sentidos a partir das experiências vividas, a construção dos *moodboards* contribuiu para ampliar a compreensão sobre os repertórios visuais dos indivíduos (Tourinho; Martins, 2011), os quais são permeados por ideologias, afirmações e lógicas que constituem o regime escópico de um tempo e lugar específico.

3.3. O evento FAV Fashion Gala2025

Depois da etapa de qualificação da dissertação, me foi sugerido o retorno ao campo com o propósito de ampliar a amostragem da pesquisa, a fim de aprofundar a compreensão das metáforas visuais que atravessam a relação entre corpo, moda e subjetividade. Em atendimento à recomendação da banca, revisei os dados já coletados, buscando identificar os aspectos que demandavam maior aprofundamento, bem como a literatura pertinente, com o objetivo de ampliar as análises.

²⁹No capítulo 4 - seção 4.2, apresento os *moodboards* e desenvolvo reflexões.

Em seguida, estabeleci novo contato com a professora Lorena Pompei Abdala, coordenadora do curso de Design de Moda da UFG, com o objetivo de averiguar as possibilidades existentes. A professora prontamente me atendeu e, em razão do calendário acadêmico restrito, ela sugeriu acompanhar as atividades de um projeto de extensão, denominado *FAV Fashion Gala*, desenvolvido pela turma do 6º período da disciplina Projeto de Design de Moda I, sob a coordenação da professora Lorena e a vicecoordenação da professora Gisele Costa-Silva.

De acordo com informações disponibilizadas no site³⁰ do evento, o *FAV Fashion Gala* propõe a articulação entre desfile e festa de gala em uma mesma noite, oferecendo ao público uma experiência inédita e imersiva. Mais do que um desfile, o evento se configura como uma celebração da moda enquanto manifestação artística, reunindo estudantes, artistas, estilistas, performers e entusiastas em um ambiente criativo, performático e festivo.

O tema do projeto foi Brasilidade Ancestral, fundamentado na compreensão de que a ancestralidade brasileira se constrói a partir de uma rica diversidade cultural, resultante do encontro e da fusão de diferentes povos ao longo da história do país. O tema emergiu como uma possibilidade de celebração da diversidade cultural e da herança ancestral do Brasil, constituindo-se como fio condutor da proposta de experiência imersiva. Inspirados por mitos, lendas e tradições de diferentes regiões do país, cada estudante foi incentivada/o a expressar sua criatividade de acordo com a temática do evento e o uso obrigatório do traje de gala.

O *dresscode* de traje de gala³¹ teve como objetivo transformar a participação do público em parte constitutiva da experiência, configurando-a como um verdadeiro ato performativo coletivo.

Em sua primeira edição, o evento foi realizado no dia 28 de novembro de 2025, na Potrich Galeria, em Goiânia. A programação teve início com o desfile de moda das/os estudantes do curso, seguido por uma festa de gala inspirada no *Costume Institute Gala* - Met Gala, realizado anualmente pelo Metropolitan Museum of Art, em Nova York.

³⁰<https://favfashiongala.com/#apresentação>

³¹Um traje de gala é um código de vestimenta formal usado em eventos ou ocasiões especiais, onde se espera que os participantes se vistam de forma mais sofisticada e refinada. É um código de vestimenta que exige uma aparência adequada para eventos de grande importância, como galas beneficentes, bailes de caridade e de formatura, premiações, festas de casamento de luxo, entre outros. Fonte: <https://favfashiongala.com/dress-code>

Com o intuito de desenvolver uma peça para participação no desfile e, simultaneamente, avaliar as/os estudantes da disciplina de Projeto de Design de Moda I, a Turma foi orientada a elaborar uma coleção de moda composta por oito croquis, dos quais um deveria ser confeccionado para apresentação no evento.

O objetivo da proposta foi estimular as/os estudantes a estabelecerem uma conexão entre o tema do projeto e suas próprias identidades. Inspirada por mitos, lendas e tradições de diferentes regiões do país, a coleção deveria estar alinhada à ancestralidade de cada estudante, podendo refletir, conforme o caso, a diversidade étnica brasileira, o sincretismo religioso, a herança indígena, a cultura popular, a herança africana, as expressões artísticas, entre outros referenciais culturais.

Para tanto, as/os estudantes foram estimulados a refletir de forma mais aprofundada e crítica sobre si mesmas/os e a própria identidade. Nesse processo, foram incentivados também a se perceberem como clientes de suas próprias coleções, com o intuito de que o desenvolvimento projetual incorporasse suas subjetividades.

Considerando este viés do projeto, acompanhar o processo de criação dessas coleções para o *FAV Fashion Gala* representou uma possibilidade fecunda de aprofundar a compreensão de como estudantes de Design de Moda elaboram, negociam e expressam suas identidades por meio das visualidades corporais, objetivo central desta dissertação.

Para tanto, no dia 23 de outubro de 2025, acompanhei uma aula da disciplina na qual as/os estudantes, de maneira individual, realizaram apresentações por meio de slides e expuseram suas coleções. As apresentações contemplaram o nome da coleção, painel semântico, paleta de cores, silhuetas guias, soluções de superfície, tecidos e acabamentos, bem como os oito croquis desenvolvidos.

Nesse momento de coleta de dados, apoiei-me, mais uma vez, na metodologia da observação participante. Assim, fiquei atenta às interações, rotinas, valores e práticas, para além dos conteúdos apresentados. Dessa forma, as próprias apresentações se constituíram como objeto de observação, favorecendo uma compreensão mais aprofundada dos processos de construção identitária mobilizados no desenvolvimento das coleções.

Ao final de cada apresentação, as/os estudantes foram ainda incentivadas/os pela professora Lorena a explicitar de que modo suas identidades foram incorporadas às propostas de coleção, o que me permitiu acessar, de forma mais direta, as reflexões

subjetivas e os sentidos atribuídos pelas/os estudantes às próprias visualidades corporais.

O registro dos dados foi realizado de maneira sistemática por meio de anotações em diário de campo, nos mesmos moldes adotados na primeira etapa da coleta de dados. Parte das/os estudantes da turma já me conhecia, seja por terem cursado disciplinas que acompanhei no ano anterior, seja por terem participado das entrevistas individuais, correspondentes à segunda etapa da pesquisa. De modo geral, todas/os se mostraram receptivas/os à minha presença nessa nova atividade, algo que pude perceber por meio de cumprimentos, trocas de olhares e sorrisos, aspectos que contribuíram para que eu me sentisse confortável neste retorno ao campo.

Nessa etapa da observação, um dos objetivos foi identificar entre os trabalhos apresentados aqueles que poderiam contribuir para o aprofundamento da pesquisa. Assim, o principal desafio enfrentado foi compreender e delinear estratégias para que esse retorno ao campo efetivamente agregasse valor à investigação, ampliando e qualificando os resultados obtidos até então.

Durante o período das apresentações, foi possível perceber que as/os estudantes, de modo geral, mostraram-se atentos, interessados e participativos. Em contraste com as aulas anteriormente acompanhadas, observei mudanças significativas na forma como elas/eles buscavam conhecimento e esclareciam suas dúvidas.

Os momentos de interação entre as apresentações evidenciaram, ainda, uma grande expectativa em relação ao evento, com estudantes visivelmente animados e engajados. Tal dinâmica conduz à compreensão da relevância das atividades práticas no processo formativo, na medida em que promovem uma pedagogia ativa na construção do conhecimento, favorecem a aplicação concreta de conceitos, estimulam o interesse e a motivação e contribuem para um aprendizado mais significativo.

Por outro lado, esses mesmos momentos de interação também revelaram a apreensão do grupo discente diante da escolha de um dos croquis para ser desenvolvido e, conseqüentemente, da confecção do look a ser desfilado. Tais decisões incidiam diretamente nas formas como se apresentariam esteticamente no dia do evento, aspecto que assume especial relevância tanto por se tratar de um evento de moda quanto por representar um momento em que as/os estudantes se colocariam publicamente como estilistas do *look* apresentado e *stylists* de sua própria composição visual.

No que se refere à apresentação dos trabalhos, chamou-me particularmente a atenção a forma como estas variaram de estudante para estudante. Tal observação não se refere à diversidade das temáticas abordadas, mas, sobretudo, às diferentes maneiras de assimilação da proposta, de incorporação do tema e de aprofundamento conceitual. Destacaram-se, ainda, diferenças quanto ao conteúdo apresentado, à qualidade do desenvolvimento, à postura adotada durante a apresentação e, de modo especial, às percepções e reflexões manifestadas em relação à própria identidade.

Em que pese o conteúdo teórico relativo ao desenvolvimento de coleções ter sido amplamente trabalhado ao longo da graduação, e o projeto de extensão e a atividade proposta terem sido detalhadamente explicados em sala de aula e acompanhados por orientações individuais, observei que fatores como o percurso formativo, a compreensão dos conteúdos estudados, o comprometimento pessoal, o grau de maturidade e a percepção acerca das próprias subjetividades influenciaram de modo significativo os resultados apresentados pelo Grupo.

Após a realização do evento, no dia 04 de dezembro de 2025, retornei ao campus para acompanhar uma nova aula da disciplina, na qual as/os estudantes realizaram uma segunda apresentação de suas coleções. Nessa ocasião, o foco esteve direcionado ao planejamento, ao processo de confecção e aos resultados finais obtidos. As apresentações também contemplaram aspectos relacionados ao *styling*, tais como maquiagem, cabelo e acessórios escolhidos, além da apresentação de registros fotográficos da roupa e da produção visual completa. Alguns estudantes também levaram a roupa confeccionada para o evento.

Ao final de cada apresentação, as/os estudantes foram incentivadas/os pela professora Lorena a contar suas experiências e desafios ao longo do desenvolvimento da coleção, do processo de confecção da peça, da composição visual do *styling* e da participação no *FAV Fashion Gala*, o que me permitiu aprofundar a compreensão acerca das relações estabelecidas entre criação, identidade e visualidade corporal no contexto investigado.

Neste encontro, chamou-me particularmente a atenção a discrepância entre as roupas confeccionadas e as produções visuais elaboradas. Enquanto algumas propostas demonstram engajamento, cuidado e atenção aos detalhes, outras aparentavam ter sido realizadas de forma apressada e pouco elaborada. Tal contraste reforça, mais uma vez, como fatores como o comprometimento pessoal, o grau de

maturidade e a percepção acerca das próprias subjetividades pode ter influenciado os resultados alcançados.

Por outro lado, chamou-me igualmente a atenção o fato de alguns e algumas estudantes contrataram profissionais especializados, como *nail designers*, maquiadores/as, cabeleireiras/os e fotógrafas/os, para a realização da produção, bem como para o registro fotográfico e audiovisual do evento. Esses/essas estudantes apresentaram roupas confeccionadas com tecidos e aviamentos aparentemente de maior valor econômico. Tal constatação ressalta, de modo significativo, as diferenças socioeconômicas entre as/os participantes, as quais se refletem diretamente nas possibilidades de produção, investimento estético e apresentação final da peça.

Finalizado este período de observação, selecionei, com o aval da professora da disciplina, três estudantes para a realização de entrevistas. A escolha considerou aquelas que, a meu ver, apresentaram maior potencial para o aprofundamento das análises propostas nesta pesquisa.

O contato com as três estudantes ocorreu na própria sala de aula e nos corredores da FAV, de forma individual. Nesse momento, apresentei-me, expus os objetivos da investigação e indaguei acerca do interesse em participar da pesquisa. Busquei assegurar que as estudantes se sentissem plenamente à vontade para recusar a participação, caso assim desejassem, garantindo-lhes a liberdade de escolha. Nessa ocasião, apresentei também o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, por meio do qual foram explicitados os objetivos, os procedimentos e as demais informações pertinentes à pesquisa.

No dia seguinte, entrei em contato por meio de um aplicativo de mensagens, reiterei meu agradecimento pela aceitação em participar da pesquisa e esclareci que o objetivo da entrevista seria compreender de que modo suas identidades se manifestam na proposta de coleção desenvolvida para o *FAV Fashion Gala*. Para tanto, solicitei que respondessem a três perguntas:

- 1) De que maneira a sua identidade foi incorporada na proposta de coleção?
- 2) Como foi criar o painel semântico apresentado em sala? O que você levou em consideração para a elaboração dos croquis?
- 3) Como a sua identidade aparece na peça final, aquela que você confeccionou? Você sente que ela representa um pouco de quem você é e do seu estilo?

Solicitei que as respostas fossem enviadas por meio de áudios, em quantidade livre, de acordo com a necessidade de cada participante. Ressaltei ainda que elas poderiam se expressar de forma espontânea e informal, em tom de conversa. Também pedi que enviassem uma imagem do painel semântico apresentado e uma fotografia da peça finalizada. Por fim, agradei novamente pela colaboração e coloquei-me à disposição para o esclarecimento de eventuais dúvidas.

Desde o primeiro contato, percebi boa vontade e interesse por parte dessas estudantes, aspecto que se manteve até a finalização desta etapa. Todas atenderam integralmente às solicitações e uma das participantes, inclusive, manifestou interesse em ler a dissertação após sua publicação, por ter se identificado com a temática e demonstrado desejo de aprofundar seus conhecimentos sobre o assunto.

As estudantes também apresentaram boa desenvoltura ao se expressarem. Chamou-me a atenção a coerência entre as visualidades corporais apresentadas por elas no cotidiano acadêmico e aquelas materializadas nas coleções desenvolvidas, bem como a demonstração de uma percepção mais elaborada acerca de suas próprias subjetividades. Quanto à identidade de gênero, as três declararam-se mulheres cisgênero. Em relação à orientação sexual, duas participantes identificaram-se como bissexuais e uma como heterossexual. No quesito cor/raça, uma participante se auto declarou branca, uma parda e uma negra. No que diz respeito à faixa etária, duas participantes tinham 21 anos e uma, 26 anos.

Com vistas a assegurar o anonimato e a confidencialidade, optei, mais uma vez, por atribuir codinomes fictícios inspirados em estilistas de grande relevância na história da moda. A primeira estudante, identificada como Stella McCartney, enviou três áudios, igualmente destinados às respostas de cada uma das perguntas, com duração total de 9 minutos e 30 segundos. A segunda estudante, identificada como Vivianne Westwood, também encaminhou três áudios, sendo cada um deles correspondente à resposta de uma das três perguntas propostas, totalizando 11 minutos e 36 segundos. Já a terceira estudante, identificada como Carolina Herrera, encaminhou nove áudios ao todo, sendo três destinados à resposta da primeira pergunta, quatro à resposta da segunda e dois à resposta da terceira, totalizando 25 minutos e 07 segundos de gravação.

As transcrições das entrevistas foram novamente realizadas com o auxílio de aplicativos disponibilizados gratuitamente na internet. Contudo, assim como na etapa anterior, foi necessário proceder ao refinamento manual das transcrições automatizadas, a fim de garantir maior fidelidade às falas das participantes.

As narrativas das estudantes salientaram que, enquanto futuras designers de moda, esse momento formativo no curso contribuiu para a compreensão de que o vestuário, para além de sua função primordial de proteção do corpo, é também um meio importante de expressão simbólica, capaz de materializar identidades, afetos, memórias e modos de existência.

O retorno ao campo, para além de me afetar enquanto pesquisadora ao possibilitar o contato com narrativas sensíveis e significativas, contribuiu de maneira decisiva para o aprofundamento da minha compreensão acerca de como as identidades dos(as) estudantes do curso de Design de Moda da UFG são elaboradas e expressas por meio das visualidades do corpo, considerando as complexas articulações estabelecidas entre corpo, vestuário, subjetividade e pertencimento.

4. VISUALIDADES DO CORPO: IDENTIDADES, NEGOCIAÇÕES E PERTENCIMENTOS

Neste capítulo, analiso os dados coletados, com foco nas subjetividades e nos processos identitários das/os estudantes do curso de Design de Moda. Para tanto, adoto a triangulação de fontes, métodos e referenciais teóricos, com o objetivo de construir significações acerca de como as pessoas participantes da pesquisa negociam suas visualidades corporais e produzem sentidos de si em sua relação com o mundo social, cultural e acadêmico.

A partir da análise do material empírico – composto pelo caderno de campo, pelas entrevistas e pelas produções visuais – identifiquei categorias e temas significativos que emergem diretamente das experiências vividas pelos sujeitos da pesquisa. A análise foi fundamentada por alguns vieses do método de Análise Temática, conforme citado anteriormente, o qual se caracteriza pela busca por “padrões, recursividade, flexibilidade, homogeneidade interna nas categorias/temas e heterogeneidade externa entre as categorias/temas” (Souza, 2019, p. 53). Essa abordagem metodológica reconhece, ainda, o meu papel enquanto pesquisadora no processo interpretativo, uma vez que não há possibilidade de neutralidade absoluta, considerando que mobilizo uma bagagem teórica, cultural e subjetiva que atravessa e orienta as análises.

Nesse sentido, realizei o mapeamento dos elementos temáticos presentes tanto nas narrativas quanto nas composições visuais produzidas pelas/os participantes, o que possibilitou a identificação de quatro categorias temáticas centrais: (1) influências socioculturais e ideológicas; (2) visualidades do corpo como expressão de singularidade; (3) identidade e pertencimento; e (4) dinâmicas de poder e normatividade.

A partir dessas categorias, organizei um conjunto de subcategorias analíticas que constituem o alicerce para o aprofundamento da análise das visualidades do corpo, das estratégias subjetivas e críticas de representação de si, dos processos de negociação de pertencimentos e das práticas de resistência às normatividades sociais. Com base nessa organização, estruturei este capítulo em quatro seções, cada uma correspondente a uma das categorias temáticas elencadas.

No âmbito da categoria *influências socioculturais e ideológicas*, as subcategorias analíticas contemplam as tradições e referências familiares, as influências culturais e midiáticas, as inspirações e tendências de moda, bem como os discursos ideológicos

sobre o corpo. Essas dimensões permitiram compreender como repertórios simbólicos herdados, vivências afetivas e exposições midiáticas atravessam a constituição das visualidades corporais e orientam escolhas estéticas e identitárias.

A categoria *visualidades do corpo* como expressão de singularidade foi analisada a partir das subcategorias estratégias estéticas de afirmação da individualidade, escolhas de vestuário como forma de diferenciação e relação entre estilo pessoal e autenticidade percebida. Essas subcategorias fulguram como as/os estudantes mobilizam o vestir e a aparência como recursos de expressão subjetiva, articulando criatividade, autoria e sentidos de si.

No que se refere à categoria *identidade e pertencimento*, as subcategorias englobam as práticas coletivas de estilo, os processos de reconhecimento e legitimação no espaço acadêmico e as visualidades do corpo enquanto linguagem de aproximação ou de afastamento social. Essa dimensão analítica possibilitou examinar como o corpo vestido opera como mediador das relações sociais, produzindo inclusões, exclusões e negociações identitárias no contexto universitário.

Por fim, a categoria *dinâmicas de poder e normatividade* foi estruturada a partir das subcategorias regras implícitas e explícitas, pressões normativas da moda e do meio acadêmico, hierarquias simbólicas associadas à aparência, estéticas contra-hegemônicas e performatividades que rompem padrões. Essa abordagem permitiu problematizar os mecanismos de controle, distinção e regulação que atravessam as visualidades do corpo, bem como as estratégias de resistência e contestação mobilizadas pelas/os estudantes.

Ressalto, ainda, que cada uma das quatro categorias temáticas mobilizadas dialoga diretamente com um dos quatro objetivos específicos desta pesquisa, orientando a análise dos dados e contribuindo para o aprofundamento da compreensão dos processos de construção, negociação e visibilização das identidades por meio das visualidades do corpo no curso de Design de Moda da Universidade Federal de Goiás.

4.1. Influência socioculturais e ideológicas

Para Stuart Hall (2016), a linguagem produz significado na medida em que opera a partir de um sistema representacional. Por meio dela, utilizamos signos e símbolos para expressar e compartilhar conceitos, ideias e sentimentos com outros indivíduos. A

linguagem constitui, portanto, um dos principais meios pelos quais pensamentos e afetos são culturalmente representados.

Hall (2016) enfatiza, ainda, que em qualquer cultura coexistem múltiplos significados possíveis para um mesmo objeto ou tema, assim como diferentes modos de representá-los. Os significados culturais, por sua vez, organizam práticas sociais, regulam comportamentos e produzem efeitos concretos. “É por meio da cultura e da linguagem [...] que a elaboração e a circulação de significados ocorrem” (Hall, 2016, p. 25), orientando os modos de perceber, agir e existir no mundo.

A moda pode ser compreendida, nesse contexto, como um sistema representacional, na medida em que mobiliza visualidades do corpo para a produção de significados. Dessa forma, roupas, ornamentos e composições visuais operam como signos que representam conceitos, afetos e identidades, possibilitando que tais sentidos sejam “lidos”, decodificados ou interpretados de forma relativamente compartilhada (Hall, 2016). A maneira como nos vestimos, portanto, constitui narrativas visuais articuladas a repertórios culturais amplos, que expressam simultaneamente posicionamentos individuais e pertencimentos coletivos.

Conforme assinala Hall (2016), uma das formas pelas quais atribuímos sentido às coisas é por meio dos modos de representação que acionamos. No caso dos corpos vestidos, esses mecanismos também se fazem presentes: a aparência se configura como um sistema de signos capaz de traduzir percepções, afetos e identidades. Assim, ao operar por meio desses dispositivos representacionais, a moda participa de forma decisiva da construção cultural dos significados atribuídos às visualidades corporais, constituindo-se como um campo privilegiado de produção, negociação e disputa simbólica.

Nessa perspectiva, compreendo que a cultura – e, conseqüentemente, a produção de sentidos – se manifesta também por meio de tradições, referências e práticas familiares, que se configuram como os primeiros e mais influentes contextos de aprendizagem acerca de crenças, valores e identidades. É nesse âmbito que se estruturam sensibilidades e disposições estéticas que acompanham os sujeitos ao longo da vida, moldando preferências, percepções e modos de se relacionar com o mundo.

Essa mesma percepção revelou-se, ainda, a partir do acompanhamento dos trabalhos desenvolvidos no âmbito do projeto de extensão *FAV Fashion Gala*, os quais destaco a seguir:

A coleção intitulada *Cereus*, desenvolvida pela estudante identificada como Stella McCartney, natural de Marabá, no estado do Pará, teve como inspiração o Círio de Nazaré, festa religiosa considerada a maior manifestação católica do Brasil. Realizado anualmente no estado do Pará, o evento homenageia Nossa Senhora de Nazaré, padroeira dos paraenses, e se caracteriza pela articulação entre fé, cultura e tradição. Ao apresentar a narrativa conceitual da coleção, a estudante afirmou que:

O Círio é caminho coletivo e também prece individual. É o encontro entre o que se eleva e o que se arrasta, entre o que brilha no céu e o que pulsa na terra. Uma celebração daquilo que une milhares de vozes, e ao mesmo tempo guarda espaço para o segredo de uma oração.

Ao ser questionada sobre de que maneira sua identidade foi incorporada à proposta da coleção, a estudante concluiu seu depoimento afirmando:

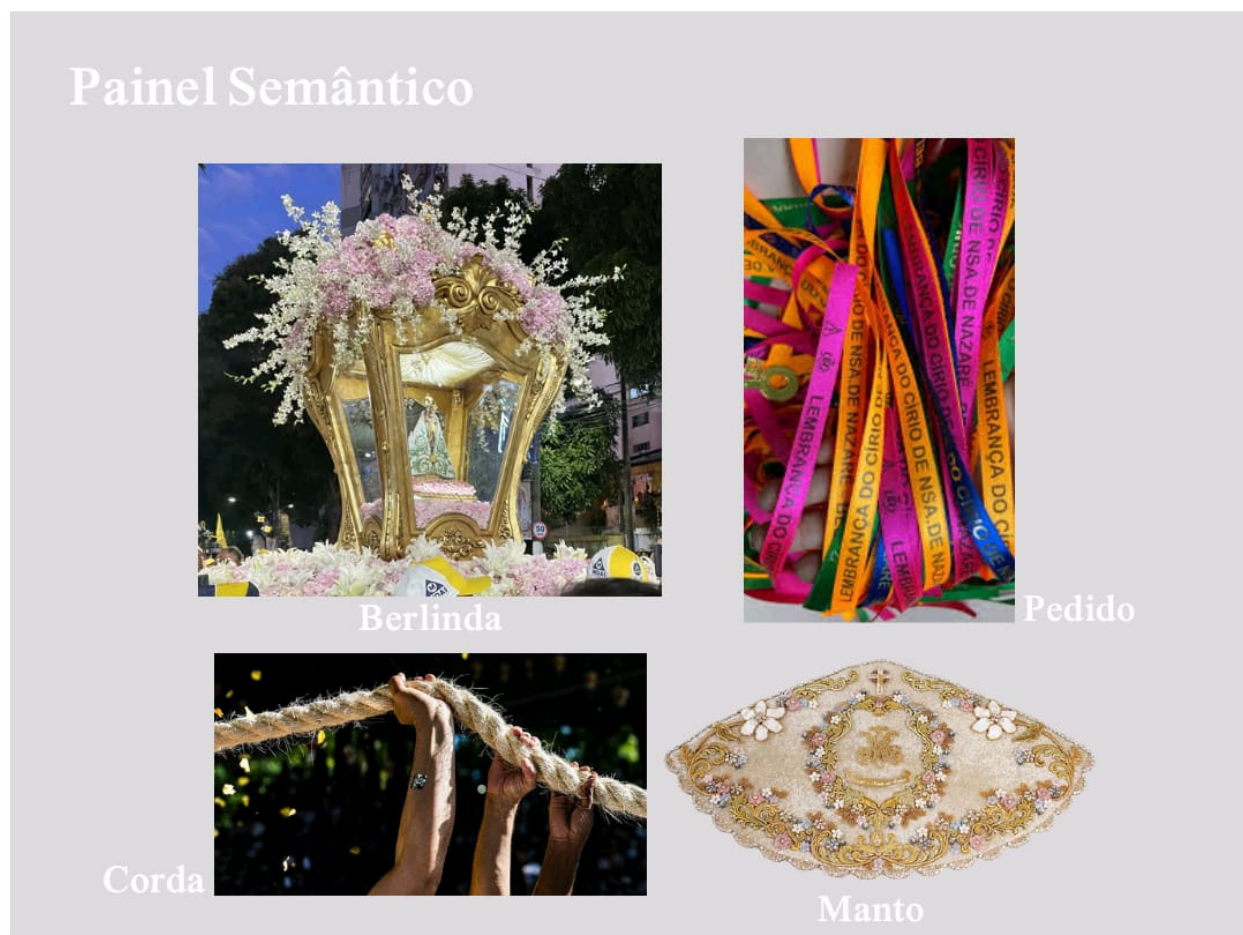
É, quando eu vim de lá para cá, eu sofri muito, porque eu, eu sou uma pessoa muito apegada à minha cidade, ao meu estado também. É, eu cresci e vivi lá. Me criei e me formei como pessoa lá. É, então, a maioria das minhas referências são de lá. Grande parte das coisas que eu admiro veio de lá, ou eu conheci lá. Então, eu acho que a maneira que a minha identidade foi incorporada na, na coleção está realmente isso. De uma coisa mais sentimental e simbólica, sabe? É de retornar às minhas raízes e de cultivar esses símbolos. Essa ideia, esse sentimento que foi aprendido lá. Então eu acho que é um pouquinho disso, um pouco de homenagem, ao mesmo tempo um pouco de resgate dessa cultura, dessa raiz. Eu acho que é um pouquinho disso.

A narrativa da estudante revela um processo de construção criativa profundamente ancorado em vivências pessoais, afetivas e territoriais, destacando como a sua coleção operou como um retorno simbólico às suas origens. A incorporação da identidade manifesta-se, assim, por meio de um movimento de resgate cultural e emocional, no qual a moda assume o papel de linguagem sensível capaz de materializar memórias, pertencimentos e vínculos ancestrais. Conforme afirma a própria estudante: “E eu acho que desde mais nova, antes de eu entrar no curso, eu já me imaginava criando peças pra essas ocasiões, de conquista ou de celebrações”.

No painel semântico elaborado, McCartney apresentou quatro imagens que remetem diretamente às simbologias do Círio de Nazaré. Quando questionada sobre o processo de criação do painel e os critérios utilizados na escolha das imagens, afirmou:

Na verdade, o painel semântico foi onde eu tive menos problema, porque o Círio tem muita simbologia. Tem a berlinda, tem a corda, tem as comidas, maniçoba, o pato no tucupí. Tem as fitinhas, que são onde a gente faz os pedidos. Tem a caminhada, tem o manto, enfim, são muitas referências.

Figura 5. Painel semântico elaborado pela estudante Stella McCartney.



Fonte: Imagens cedidas pela estudante, 2025.

A seleção das imagens, embora possa parecer evidente à primeira vista, remete não apenas à procissão católica em si, mas à fé e à devoção pessoal da estudante a Nossa Senhora de Nazaré. Observei que durante a apresentação do trabalho, a estudante usava a tradicional fitinha no braço, já visivelmente desgastada pelo uso. Tal detalhe revela não apenas uma expressão de devoção religiosa, mas também a coerência entre as visualidades corporais apresentadas pela estudante em seu cotidiano acadêmico e aquelas materializadas na coleção desenvolvida.

A peça apresentada no *FAV Fashion Gala* foi não apenas criada, mas também confeccionada pela própria estudante. Quando questionada se a criação representa aspectos de sua identidade e de seu estilo pessoal, McCartney afirmou:

Uma cintura um pouco mais marcada, mas a saia um pouquinho mais fluida. Eu acho que a valorização do meu corpo em peças assim me agrada bastante, então, esse foi um ponto importante pra escolher aquela peça. A cor também, eu quis trazer uma simbologia pra isso também. Por exemplo, esse tom de azul que significa realeza e conexão com o espiritual, sabe? Também foi uma cor que eu escolhi porque valoriza o tom da minha pele, dá uma iluminada. [...]

Minha ideia era formar um laço, um nó entre o etéreo, o divino, o sagrado e o humano. Então, a minha ideia era trazer o vestido com um ar um pouco mais etéreo, por isso aquela cor, por isso aquela silhueta, pra além de me valorizar também. E a corda como sustentação, porque, em tese, o vestido significaria, representaria o manto e as alças que dá a sustentação significaria a corda, que eu acho que é o objeto de mais simbologia no Círio. [...] Então, eu gosto dessa silhueta, eu acho que me valoriza, escolhi por isso. É, gosto de cordas, de cordas não, perdão, de alças mais trabalhadas, de uma coisa mais diferenciada.

Figura 6. Peça elaborada pela estudante Stella McCartney para o Fashion Gala 2025.



Fonte: Imagens cedidas pela estudante, 2025.

A peça criada pela estudante não apenas incorpora elementos centrais de sua origem, ancorados em referências simbólicas, culturais e espirituais, como também dialoga diretamente com seu estilo pessoal e com a forma como percebe e valoriza o próprio corpo. A escolha da silhueta, da cor e dos materiais enfatiza um processo consciente de articulação entre estética, simbolismo e autoimagem, no qual a visualidade corporal opera como síntese de suas subjetividades, crenças e expressões criativas.

Também merece destaque o depoimento de McCartney ao explicitar de que modo sua identidade foi incorporada tanto na coleção quanto na peça final confeccionada, revelando um processo criativo vivido de maneira orgânica, fluida e profundamente enraizada em sua trajetória pessoal e territorial:

Eu não sofri muito pra fazer nenhuma dessas coisas, pra falar bem a verdade, brotou muito de mim e eu acho que foi por isso. É, como eu falei, eu vivi no Pará até meus quase vinte e três anos, então minha personalidade foi formada lá, minha cabeça foi formada lá. Eu acho que é até esquisito falar isso, mas é um estado e são pessoas que me compreendem de uma maneira que mais ninguém de nenhum outro lugar compreende, sabe? Então é um pouco desse retorno, desse resgate, e principalmente uma homenagem à Marabá, ao Pará.

Ao longo de sua fala, a estudante demonstrou elevada consciência e segurança em relação à própria identidade, evidenciando as referências que a constituem e aos modos pelos quais escolhe afirmá-las por meio da moda. Tal posicionamento revela um processo criativo no qual a visualidade corporal se configura como um espaço de afirmação de modos de existência singulares, ancorados na memória, no pertencimento e na valorização de suas origens.

A coleção intitulada *Navegar Lendas*, desenvolvida pela estudante identificada como Vivienne Westwood, natural de Imperatriz, no estado do Maranhão, tem como inspiração os entrelaçamentos entre os fazeres ancestrais de seus familiares e a lenda da lara, mito do folclore brasileiro. Ao apresentar a narrativa conceitual da coleção, a estudante afirmou:

Essa coleção surge de um lugar até então não explorado por mim. Origens. História. Familiaridade. Misturando lendas indígenas e feitos ancestrais trago nessa coleção a perigosa sensualidade da lara com elegância e muita personalidade. Navegando rios e lendas.

Para a definição da temática, Westwood buscou investigar suas próprias origens, recorrendo à memória familiar como ponto de partida do processo criativo. Sobre esse percurso, relatou:

Meu pontapé inicial foi conversar com os meus parentes, conversas informais, perguntar sobre lembranças carinhosas que eles tinham sobre quem veio antes de mim. Em uma conversa com minha tia-avó, ela me contou sobre o pai dela, que ela tem uma lembrança muito carinhosa e muito viva ainda. Ela falou o que ele fazia, como ele trabalhava. Ela me contou que ele fazia canoas. Isso, lá na minha cidade natal, em Imperatriz do Maranhão, que é uma cidade banhada pelo Rio Tocantins. [...] E, a minha tia-avó, também é pintora. E isso me ajudou a entender toda uma configuração, porque ela gosta muito de pintar o rio e paisagens. Ela tem muitos quadros que ela mesma pintou, que tem muitos barcos. E todo esse processo não ajudou apenas a me conhecer melhor, mas também ajudou a conhecer várias outras pessoas, sabe?

A reflexão da estudante revela um processo de criação ancorado na escuta sensível das narrativas familiares e na valorização das memórias afetivas como elementos estruturantes da coleção. Ao ser questionada sobre de que maneira sua identidade foi incorporada à proposta da coleção, a estudante afirmou:

Então, na verdade, a história de como essa ideia veio pra mim foi assim, eu acho que faltava isso nos meus trabalhos, faltava identificação. Me mostrou que eu precisava fazer mais do que desenhar, sabe? Precisava de significado. Então, nessa última coleção, acho que eu estou bem realizada com o projeto que eu entreguei e ele fala muito sobre isso, sobre ancestralidade, sobre família, sobre origem. E eu fiquei bastante feliz.

Ao articular o mito da lara às práticas ancestrais de sua família, especialmente aquelas relacionadas ao rio e à construção de canoas, a estudante constrói uma proposta que entrelaça identidade, território e imaginário cultural. Durante a apresentação do trabalho, duas imagens chamaram-me particularmente a atenção: a primeira, um quadro pintado pela tia da estudante, que representa uma paisagem com uma canoa no Rio Tocantins; e a terceira, uma fotografia tirada pela própria estudante em sua cidade natal, durante o período de férias.

Figura 7. Painel semântico elaborado pela estudante Viviane Westwood.



Fonte: Imagens cedidas pela estudante, 2025.

Ao ser questionada sobre como se deu o processo de criação do painel semântico, a estudante afirmou:

Na verdade, foi mais pra representar visualmente o que eu já tinha em mente. Então, a referência inicial pra criação da coleção era pra ser uma reinterpretação da lara. Só que representação por representação tem várias. O que eu faria para que a representação fosse exclusivaminha? Que eu pudesse olhar e me ver? Foi a partir daí que eu fui conversar com os meus familiares, para entender toda essa configuração, pra trazer também o viés da ancestralidade, do pertencimento e etc. Então, achei que calhou super, que casou uma coisa com a outra, eu querer fazer uma reinterpretação da lara com o pai da minha tia-avó, através da construção de canoas, que é uma prática artesanal, super interessante, super importante, que sustentou a minha família por muito tempo.

Da mesma forma que a estudante anterior, a peça apresentada no *FAV Fashion Gala* foi integralmente produzida pela estudante, abrangendo as etapas de modelagem até a costura. Ao ser questionada se a criação representava aspectos de sua identidade e de seu estilo pessoal, Westwood afirmou:

Eu acho que ela representa muito bem o meu estilo, apesar de ser um evento gala, ela não é clichê, ela não é batida, ela tem um diferencial, sabe? Mas ao mesmo tempo ela é clássica, ela tem um *corset*, ela tem um decote em V, comprimento longo. Então assim, eu acho que eu consegui trabalhar bem com o que eu tinha e ficou uma peça diferente, as cores combinaram super. Apesar de serem cores diferentes, achei que a combinação ficou muito legal. Achei que o detalhe da barra deu o movimento que eu queria, que era um movimento fluido, que conectasse com essa questão do rio, da minha origem, de onde eu venho. Então, fiquei muito feliz com o resultado dessa peça. Eu acho que a minha identidade ela aparece aí, sabe? Como referência eu tenho tantas pessoas, tanta ancestralidade e tanta familiaridade. Eu acho que ela me representa cem por cento.

Figura 8. Peça elaborada pela estudante Viviane Westwood para o Fashion Gala 2025.



Fonte: Imagens cedidas pela estudante, 2025.

Considero que a fala da estudante demonstra um processo criativo no qual a incorporação da identidade na coleção se encontra profundamente vinculada às suas origens e à ancestralidade familiar. Ainda que tais referências não fossem, até então, plenamente conhecidas pela própria estudante, a forma como ela me relatou sua história, marcada por um tom de voz afetuoso, reflexivo e cuidadoso, possibilita compreender que as visualidades do corpo por ela expressas no *FAV Fashion Gala* não se constituem apenas como construções estéticas ou de moda. Trata-se, antes, de construções discursivas que materializam experiências vividas, sensoriais e afetivas.

Por fim, a coleção intitulada *Encantamento* foi desenvolvida pela estudante identificada como Carolina Herrera, natural de Palmas, no estado do Tocantins. Praticante da umbanda, a estudante teve como inspiração Oxum, orixá cultuada tanto no candomblé quanto na umbanda, tradicionalmente reconhecida como a senhora das águas doces, do ouro, da fertilidade e da beleza. Segundo Carolina Herrera, a proposta da coleção consistiu na elaboração de uma oferenda simbólica à orixá, concebida como uma homenagem realizada por suas filhas, que se vestiriam como as frutas e as flores que tradicionalmente compõem os rituais dedicados a Oxum.

Para discorrer sobre sua relação com a Umbanda, a estudante também recorreu às memórias familiares, ressaltando a presença da espiritualidade como um elemento constitutivo de sua trajetória de vida:

É, toda a minha família sempre foi ligada a um lado muito espiritual e tem muitas histórias e muitas referências sobre isso.[...] A minha avó era muito de ir à missas e tudo mais, mas antes da minha avó, um pouco mais ancestral, tem os meus bisavós maternos, os pais da, da minha avó, que eles tinham algo ligado ao misticismo e a outros outras crenças ligadas, hoje eu entendo, à umbanda, mas não necessariamente tinha esse nome, nas histórias que são contadas hoje para mim. Mas, assim, essa é a minha interpretação sobre isso. [...] Quando eu era criança eu ia muito pra igreja evangélica, mas eu nunca cheguei a me identificar de fato. Também nunca fui à igreja católica, não senti necessidade. E não sou batizada, nem nada. E aí, conforme eu fui crescendo, eu fui sentindo a necessidade de buscar outras religiões, que eu me sentisse mais acolhida e mais pertencente mesmo. Acho que "pertencente" é uma boa palavra. E eu sempre pesquisei muito e sempre acreditei em muitas coisas. E quando eu fui estudar mais sobre a umbanda, eu me identifiquei muito, muito mesmo. Foi aí que comecei a pesquisar, estudar, e mergulhar dentro dessa religião de uma forma muito única, do meu jeitinho e, me identifiquei muito.

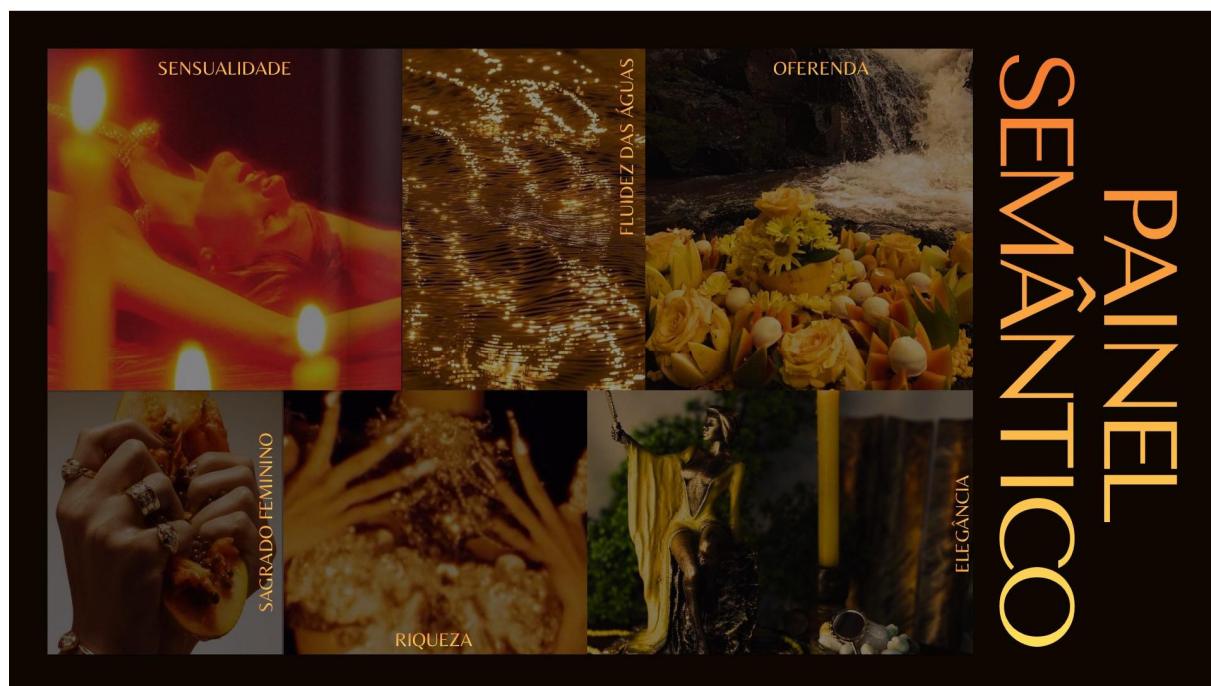
A estudante narra um percurso de busca identitária e espiritual marcado pela escuta das narrativas familiares, pela experimentação de diferentes tradições religiosas e pela construção gradual de um sentimento de pertencimento. A Umbanda para ela é um espaço de acolhimento simbólico e subjetivo. Ao ser questionada sobre de que maneira sua identidade foi incorporada à proposta da coleção, a estudante afirmou:

Eu acho que tem muitos fatores sobre essa questão da minha identificação com a coleção, porque Oxum é minha mãe de cabeça e também tem essa questão da ancestralidade com a minha família, que eu te contei. E além disso, Oxum representa a cor amarela, do ouro, da prosperidade e até referente mesmo ao mel, que é muito ligado à Oxum. Amarelo, desde quando eu me lembro por gente é a minha cor favorita. Então eu acho que teve todos esses fatores que me levaram a pensar em uma coleção que fizesse sentido comigo, com a minha história de vida e com a ancestralidade brasileira.

A partir desse relato, observei que a incorporação da identidade na coleção se dá por meio de uma articulação entre espiritualidade, ancestralidade familiar e estilo

peçoal, nas quais os símbolos associados a Oxum assumem um papel central na construção estética e conceitual da proposta, operando como mediadores entre experiência vivida, crença religiosa e expressão criativa.

Figura 9. Painel semântico elaborado pela estudante Carolina Herrera.



Fonte: Imagens cedidas pela estudante, 2025.

Ao mencionar sobre as palavras escolhidas para nortear a coleção destaco a explicação dada pela estudante sobre a escolha da palavra sensualidade:

Todas as filhas de Oxum têm essa característica de serem mulheres muito poderosas, muito sensuais e muito fascinantes. É, até hipnotizantes, talvez, no sentido de serem muito atraentes. E essa é uma característica que eu gosto muito em mim e gosto muito de trabalhar ela em coleções, que eu sinto que faz parte da minha identidade como pessoa e como criadora.

Observei que durante a apresentação do trabalho em sala de aula, a estudante demonstrou-se bastante vaidosa transmitindo uma sensualidade comedida por meio de suas visualidades corporais. Tal expressão foi notada tanto nas escolhas de vestuário – blusa justa em tom amarelo, cor central da coleção, com decotes e amarrações – quanto na maquiagem marcante, nas unhas longas e decoradas e no uso de acessórios. Esses elementos se articulavam a uma postura elegante e confiante, realçando a coerência entre a proposta conceitual da coleção e os modos de existência

que a estudante afirma no cotidiano acadêmico por meio de suas visualidades do corpo.

A peça apresentada no *FAV Fashion Gala* foi confeccionada na cor amarela. Um vestido com duas fendas laterais, *corset* estruturado que marca a silhueta e pregas que conferem volume, foi intitulado *Odara*. Um círculo representou o melão, enquanto elemento simbólico da oferenda destinada a Oxum, remetendo ao feminino, à riqueza, à elegância e à sensualidade.

Figura 10. Peça elaborada pela estudante Carolina Herrera para o Fashion Gala 2025



Fonte: Imagens cedidas pela estudante, 2025.

Ao responder de que maneira sua identidade se manifesta na peça final, a estudante afirmou:

Eu acho que ele ficou simplesmente impecável, fez muito sentido pra mim, fez muito sentido pra coleção, pro meu jeito de me vestir e pro que seria a representação dessa filha de Oxum. Então, eu fiquei realmente apaixonada por esse vestido. Ele tá ali no meu guarda-roupa guardado com o maior amor e cuidado. Eu sinto que essa é uma coleção muito minha, eu consigo me enxergar em cada parte do processo, eu consigo me ver em tudo que eu criei aqui desde o conceito até a idealização e a confecção da peça final, eu sinto que faz parte de quem eu sou, da minha história até aqui, tanto da minha história de vida mesmo quanto da minha história com a ancestralidade, com a religião da umbanda, com oxum, com meus próprios familiares e ancestrais. Eu sinto que essa coleção que eu criei até agora é a que mais faz parte de mim.

Considero que a coleção desenvolvida se apresenta como uma proposta coerente e cuidadosamente elaborada, evidenciando um processo criativo autorreferenciado, no qual a moda se configura como um meio de elaboração e expressão da subjetividade. A peça final emerge como uma síntese simbólica de vivências pessoais, espiritualidade e ancestralidade.

Diante do exposto, percebo que todas as estudantes recorreram a narrativas pessoais para a construção de suas respostas, especialmente ancoradas em suas histórias culturais e familiares. Tal constatação conduz à compreensão de que a produção de significados e sentidos se manifesta também por meio de tradições, referências e práticas transmitidas no âmbito familiar e contextual.

As experiências inaugurais, frequentemente relacionadas ao fazer manual, ao contato com materiais têxteis ou a práticas criativas, mostram-se igualmente relevantes na orientação de escolhas profissionais vinculadas ao universo da moda. Vivências com avós costureiras, o contato precoce com tecidos, bordados e roupas de boneca, bem como a circulação de imagens e narrativas, como filmes e desenhos, configuram repertórios simbólicos que estruturam modos de ver, sentir e representar o mundo. Nesse sentido, identifiquei, ao longo das entrevistas, depoimentos que expressam de maneira significativa essas relações.

A participante identificada como Madeleine Vionnet, ao ser questionada sobre suas motivações para cursar Design de Moda, afirmou:

Então, a minha avó, ela costura. Ela sempre costurou e a minha mãe também, ela borda ponto cruz. E eu sempre achei, eu sempre fiquei fascinada por aquilo e sempre quis aprender. Só que como a minha avó, ela perdeu a visão, então, ela não podia mais me ensinar, porque também era criança e eu não estava tão atenta assim. Mas eu sempre gostei também. Eu sou apaixonada pelo filme Diabo Veste Prada. Desde criança, minha mãe fala que eu era fissurada e eu assisto todas as vezes que passar. Então, eu sempre gostei de moda também. Eu adorava quando as pessoas iam me perguntar o que eu achei da roupa que elas estavam vestindo. Eu gostava de desenhar, embora eu não desenhasse muito bem, mas eu gostava.

De modo semelhante, o participante identificado como Alexander McQueen, ao ser questionado nesse mesmo sentido, respondeu:

Então, eu acho que foi uma coisa que eu não consegui escapar, porque tinha essa questão de Pontalina ser muito produtora de moda, mas também tinha um incentivo muito grande - assim, como que eu posso dizer isso? - Não só de produzir, mas, por exemplo, quando eu era criança, tinha sempre desfiles lá, a própria prefeitura promovia desfiles das marcas que produziam lá na cidade. E aí tinha tipo *book* e tudo mais pra apresentar as marcas. Também tinha uma passarela lá para desfilar. E também tinha outras duas marcas de jeans, que também são produtoras e são muito grande lá na minha cidade. E aí eles

também desfilavam. E, o fato da minha avó ser costureira, ela trabalhou como costureira a vida dela inteira, foi sua profissão principal. Hoje ela não consegue muito por conta da idade, por conta do esforço físico que requer. E eu sempre tive essa visão da minha avó, eu cresci ao redor de máquina, cresci com ela fazendo ajuste, ajustando nas nossas roupas, fazendo roupa também pra gente. Então, foi meio que isso, foi uma coisa muito natural pra mim.

Relatos como estes foram recorrentes. Ao serem questionadas sobre as motivações para cursar Design de Moda, todas as pessoas entrevistadas mencionaram aspectos significativos de suas histórias de vida. Essas narrativas emergiram de forma espontânea e contribuíram de maneira expressiva não apenas para a compreensão das trajetórias que antecedem e atravessam a escolha profissional, mas também para a apreensão das identidades das/os estudantes. Tais narrativas, portanto,

põem em discussão questões relativas à natureza e à identidade dos narradores. Não se fixam apenas em dimensões ontológicas, ou seja, características existenciais comuns aos seres humanos como narradores, mas se debruçam sobre problemas epistemológicos que podem ajudar a compreender e explicar práticas culturais, sociais e artísticas marcam a trajetória e a subjetividade dos indivíduos, seus modos de perceber, interpretar e, sobretudo, narrar. Preocupam-se como essas práticas configuram ideias, conceitos e representações. (Martins; Tourinho, 2017, p. 152).

Essas experiências operam, portanto, como sistemas de significação que moldam percepções estéticas, sensibilidades e aspirações profissionais. Dessa forma, a construção de sentido emerge também das visualidades, materialidades e práticas cotidianas transmitidas entre gerações. Essa dimensão se tornou ainda mais evidente quando o estudante identificado como Alexander McQueen foi questionado acerca de suas inspirações de estilo. Para além da referência a estilistas consagrados no campo da moda, ele destacou a influência de membros de sua família, especialmente de sua avó, conforme o relato a seguir:

[...] Também minhas irmãs e mais recentemente muito a minha avó também, por conta que minha avó não era só costureira ela era muito estilosa quando ela era mais nova. Tem até uma foto dela na frente de um fusca que ela está bem “cowgirlzona” e segurando uma arma. É bem massa essa foto. E tipo assim, ela odeia quando eu vou lá por conta que justamente eu “roubo” as roupas dela, eu pego as roupas dela. Então minha avó também de certa forma é muita inspiração e quando eu estou mais assim, apenas querendo só colocar uma roupa e sair, de certa forma mais “tranquilo” e a roupa dela se relaciona com o meu estilo eu uso. Eu também vivi isso muito com o meu avô por parte de mãe também, que é o esposo dessa minha avó que eu estou me referindo aqui. Ele também tinha roupa que me servia e tudo mais, e acabou que eu fui pegando dele e tem hora que eu estou com camisa, calça e sapato que era do meu avô.

As trajetórias das/os participantes colocam em destaque, desse modo, como a cultura e o contexto atuam desde a infância na constituição de identidades, sensibilidades estéticas e modos de vestir. Essas experiências iniciais, atravessadas por vínculos afetivos e pela circulação de objetos, imagens e práticas familiares, orientam percepções, preferências e formas de expressar estilos pessoais ao longo do tempo. Nessa mesma direção, ao ser questionada acerca das influências culturais, sociais ou ideológicas que moldam suas visualidades corporais, a estudante identificada como *Miuccia Prada* recorreu imediatamente ao contexto familiar, ressaltando como valores associados à discrição e à religiosidade impactaram sua relação com o vestir:

Miuccia: Eu sou uma pessoa mais retraída na forma de me vestir, porque a minha família, em geral se arrumar muito, acaba virando uma pessoa muito metida na família. Então, acredito que isso deixou um pouco retraída a minha forma de vestir, colocar coisas tipo manga bufante, roupa rodada, acabou ficando mais por trás. Eu só meio que comecei a usar essas coisas, roupas coloridas, normais, após a faculdade, quando eu entrei no mundo da faculdade e percebi que ali era tudo bem usar essas coisas.

Eu:Entendi. O pessoal da sua família é mais discreto, então, né?

Miuccia:Sim, eles são mais discretos e religiosos.

O depoimento de Miuccia ilustra como normas e valores familiares operam como sistemas de significação que regulam visualidades corporais, influenciando escolhas estéticas e modos de apresentação de si. Nessa mesma direção caminha a narrativa do estudante identificado como Hubert de Givenchy, homem trans, ao ser também questionado sobre influências culturais, sociais ou ideológicas que moldam suas visualidades corporais. Ao buscar explicar por que seu estilo se aproxima do Rock e do Metal, bem como seu posicionamento político e ideológico, ele afirma:

Eu acho que eu fui uma criança que teve um privilégio muito grande no sentido de que eu tive contato com pessoas muito diferentes, desde o meu início de vida, sabe? Como eu moro com a minha mãe, eu cresci convivendo com as pessoas que minha mãe convivia e tudo mais. Inclusive, eu tenho muitos amigos de família que eu considero muito família. Porque o meu núcleo familiar sempre foi muito inchado. Se eu for expandir um pouco, eu vou falar da minha avó materna, da minha tia-avó materna também, mas sempre foi meio que só eu e a minha mãe, certo? Ela é uma pessoa que ela já foi tipo assim, ela estudava no IF na época da ditadura militar, então ela também foi meio “riponga”, esquerdista, alternativa, sabe? E ela foi cultivando um grupo de amigos que é bem diverso, bem eclético e tudo mais. E aí eu fui conhecendo várias pessoas de áreas, de vivências diferentes e eu fui percebendo que eu tinha mais facilidade de me comunicar com pessoas X, por exemplo, sabe? Então, amigos mais conservadores da minha mãe eu não gostava tanto, não me sentia tão confortável. Mas amigos da minha mãe que eram mais, sei lá, mente aberta, que gostavam de coisas mais que eu acho que um goiano médio não gostaria, sabe? Porque eu nunca gostei de sertanejo, por exemplo. Aí, a minha mãe foi me introduzindo, ela foi criando o meu gosto musical. Ela me

introduziu ao rock muito cedo, porque ela sempre foi muito fã e tudo mais. Então, essa introdução inicial, eu sempre falo que eu tenho um bom gosto musical por causa dela, sabe?

No caso analisado, o estudante identificado como Alexander McQueen, ao ser questionado sobre influências culturais, sociais ou ideológicas que moldam suas visualidades corporais, afirmou:

McQueen: Com certeza sim. As minhas irmãs fizeram o curso de veterinária. Elas eram muito adentradas nesse mundo country, mas era um country mais texano e tudo mais. Elas tinham contato com o moderno por conta que elas iam estudar em um lugar que era mais movimentado, era uma região maior de modo que tinham mais contato com essas coisas e elas traziam essas referências mais atualizadas pra cidade pequena, de certa forma. Tipo, pecuária de Pontalina, elas sempre iam muito adornadas, jaqueta de couro, chapéu caríssimo, lenço, botinha toda adornada, bordada. Então, tipo assim, meio que eu acho que foi um catalisador pra isso. Eu percebi que essas referências regionais de onde eu vim podem ser algo interessante e podem ser algo que se encaixa em mim. Por mais que eu não me identifique muito com os valores daquela região, de certa forma, eu me identifico com a estética, por conta que eu cresci vendo isso. Então, eu acho que a partir disso, assim, eu comecei a ver a estética individual de uma forma diferente.

Eu: Entendi. Os seus valores ideológicos são outros, mas esteticamente te agrada esse mundo agro, é isso?

McQueen: Sim, porque assim, eu era acostumado a ficar na roça, ver meu pai de camisa, calça, botina, cinto com canivete e chapéu. Aquilo lá era uma vestimenta, só que minhas irmãs pegavam essa referência de forma mais atualizada e isso realmente abriu a minha mente.

Observei que o estudante é significativamente influenciado pelo capital cultural familiar. As referências trazidas por suas irmãs, com um repertório de maior valor simbólico e material, foram incorporadas ao seu contexto, ampliando sua percepção sobre o estilo country. A partir dessas experiências, McQueen passou a compreender o universo estético associado ao “mundo agro” sob perspectivas mais contemporâneas, desvinculando-o parcialmente dos valores ideológicos da região de origem.

A estudante identificada como *Donatella Versace*, ao ser questionada sobre as influências culturais, sociais e ideológicas que moldam suas visualidades corporais, destacou elementos que ressaltam a presença e a articulação de diferentes formas de capital cultural em sua trajetória. Segundo a participante:

Eu gosto muito da cultura indiana, eu gosto muito dessas coisas maximalistas e a minha mãe também tem uma certa formação de sociologia e ela sempre me levou muito pra isso, sabe? Então, eu vejo essas coisas, tipo, o *quietluxury*, e penso porque eu me vestiria assim? E eu vejo que não tem como eu me vestir assim. Eu não sou uma pessoa que está consumindo uma moda, caríssima. Eu não sou uma pessoa minimalista. Eu não sou uma pessoa da elite. Então, eu não tenho esse anseio de reproduzir o que a elite veste e tal. E é isso. Eu tenho um posicionamento político para esquerda, então, gosto muito de valorizar a economia daqui. Eu gosto de comprar tudo na mão. Gosto muito de

pensar em como as pessoas que estão fazendo as minhas roupas estão sendo pagas.

A fala de *Versace* permite observar como disposições incorporadas ao longo do processo de socialização, especialmente aquelas mediadas pela formação sociológica da mãe e pelo incentivo ao contato com distintas expressões culturais, estruturam suas preferências estéticas e seus posicionamentos políticos. O relato, como outros depoimentos já apresentados, oferece pistas de como as escolhas estéticas e as visualidades corporais não se configuram como expressões meramente individuais ou restritas ao gosto pessoal, mas como práticas atravessadas por valores culturais, posicionamentos ideológicos e contextos sociais específicos. As referências ao consumo consciente, ao distanciamento dos códigos visuais associados às elites e à valorização de estéticas não hegemônicas reforçam a compreensão do vestir como um gesto cultural e politicamente situado.

À luz de Bourdieu (1987), tais elementos configuram formas de capital cultural que orientam gostos, rejeições e práticas de consumo, contribuindo para a construção de um *habitus*³² sensível a valores éticos, estéticos e econômicos específicos. Sua recusa consciente em adotar estéticas associadas às classes dominantes, como o *quietluxury*, e sua valorização de práticas de consumo local e artesanal revelam uma postura crítica diante das distinções simbólicas que permeiam o campo da moda.

Diane Crane (2000), ao dialogar com a teoria de Bourdieu, sugere que a disseminação da moda apresenta um caráter complexo, uma vez que os gostos dos indivíduos da classe operária estariam ancorados em uma “cultura da necessidade”, característica de sua posição social. Em termos práticos, isso significa a preferência por um vestuário funcional, durável e adequado às demandas do cotidiano, em detrimento de peças esteticamente elaboradas ou associadas ao refinamento.

De igual modo, indivíduos que ascendem à classe média tenderiam a adotar seus códigos de vestimenta, mas sem necessariamente alcançar o mesmo grau de sofisticação, devido a processos de socialização e situação financeira mais restrita. Isso é uma evidência de que o acesso, a compreensão e a legitimação de determinados códigos estéticos não se distribuem de maneira equitativa nas sociedades. Nesse sentido, aqueles que acumulam maior capital cultural, seja pela

³² O conceito de *habitus* em Pierre Bourdieu (1987) consiste em um sistema de disposições práticas socialmente constituídas que de modo inconsciente moldam a percepção, o pensamento e a ação dos sujeitos.

educação formal, pelas práticas familiares ou pela inserção em ambientes culturalmente privilegiados, demonstram maior seletividade para interpretar, incorporar e legitimar os repertórios simbólicos da moda.

Crane (2000) compreende que as interpretações acerca do papel social da moda demonstram a multiplicidade de signos que ela veicula, indicando o status do indivíduo, sua filiação a determinados valores de grupo, entre outros aspectos. Desse modo, o vestuário pode ser entendido como um vasto repositório de significados, suscetível a manipulações, ressignificações e reconstruções subjetivas. Conforme afirma a autora (Crane, 2000, p. 21):

Sendo uma das mais evidentes marcas de status social e de gênero – útil para manter ou subverter fronteiras simbólicas – o vestuário constitui uma indicação de como as pessoas, em diferentes épocas, veem sua posição nas estruturas sociais e negociam as fronteiras de status.

No século XIX e início do século XX, o sistema da moda produzia estilos de vestimenta que expressavam diretamente a posição social dos indivíduos ou aquela à qual aspiravam. Contudo, Crane (2000) sustenta que, no final do século XX, a moda passou por transformações substanciais: a “moda de classe” foi gradualmente substituída pela “moda de consumo”. Ainda que o status relacionado à classe social permaneça relevante, outras categorias, como estilo de vida, gênero e orientação sexual, assumem maior centralidade na construção da aparência, sobretudo em um cenário marcado pela expansão do consumo e pela intensificação das influências midiáticas.

O depoimento da estudante identificada como Coco Chanel reforça tais transformações. Ao ser questionada se acredita que há influências culturais, sociais e ideológicas que moldam sua forma de expressão visual, ela afirma: “Sim. Eu acho que ultimamente as redes sociais é o que mais tem influenciado, né?”

Essa observação revela a centralidade das mídias digitais como agentes estruturantes dos estilos de vida contemporâneos, contribuindo para a produção e circulação de referências estéticas que ultrapassam fronteiras de classe e reconfiguram os modos de incorporação dos códigos da moda. As plataformas digitais, ao ampliarem o acesso a repertórios simbólicos diversos, funcionam como instâncias de socialização cultural.

A estudante identificada como Christian Dior, ao ser questionada sobre o que a motivou a escolher o curso de Design de Moda, respondeu:

Eu sempre gostei muito de moda desde criança. E o que me motivou é que eu sou muito fã de K-pop. E dentro do K-pop tem muito isso envolvido. Eu acho que isso acabou me motivando. Porque, como eu disse, essas coisas estão envolvidas. E também a minha avó, ela sempre gostou muito de costurar e eu achei muito interessante e eu também quis aprender a costurar e acabou que as duas coisas acabaram se juntando.

Ao ser questionado, o estudante identificado como Yves Saint Laurent também corroborou essa reflexão:

Eu gostava muito de desenhar quando era criança. E eu sempre gostei muito de acompanhar coisas da cultura pop. Eu sempre gostei de acompanhar e sempre gostei de desenhar. Foi passando o tempo e quando eu tava ali próximo de 16 anos, eu já estava pensando em o que fazer e fiquei em dúvida se eu faria design de moda ou se eu faria história. Aí eu optei mesmo por fazer aquilo que eu realmente gostava, por isso eu escolhi design de moda. Foi por aí também, por volta dos 16 anos que eu comecei a acompanhar várias marcas de moda e começar a desenhar. Tipo coleções, essas coisas, fazer croquis. Assistir mais vídeos de desfiles também, para pegar inspirações.

Esses depoimentos ilustram como o consumo de mídias contemporâneas, especialmente aquelas associadas à cultura pop e às redes sociais, exercem influência significativa na construção de significados, no desenvolvimento de sensibilidades estéticas e no processo de socialização cultural. Como afirma Crane (2000, p. 33), “em geral, à medida que as redes sociais do indivíduo se expandem, ou que seus contatos se tornam mais variados, ele é exposto a novas formas de cultura e torna-se propenso a adotá-las”. Tais dinâmicas evidenciam que a circulação ampliada de referências pode reconfigurar o *habitus* previamente constituídos, impactando disposições, preferências e, de modo particular, as visualidades corporais.

Nessa mesma direção, Lipovetsky (2009) argumenta que, ao consumir objetos e marcas, os indivíduos mobilizam significados que evocam dinamismo, elegância, poder, renovação de hábitos, virilidade, feminilidade, juventude, refinamento, segurança ou naturalidade, entre outros atributos que ultrapassam as formas tradicionais de vinculação social pautadas exclusivamente na posição de classe.

As influências midiáticas, portanto, operam como importantes vetores de subjetivação e distinção no cenário contemporâneo, ampliando o repertório simbólico acessível aos sujeitos e contribuindo para a diversificação das formas de expressão estética e identitária. É nessa direção que se orienta a fala da estudante identificada como Cristóbal Balenciaga, ao ser questionada se acredita que há influências culturais, sociais ou ideológicas que moldam suas visualidades corporais:

Ah, eu acho que sim. Principalmente a internet. A gente vê muito TikTok e tenta ver pessoas que a gente quer parecer e ver isso como inspiração. Eu faço muito

isso, eu gosto de ver pessoas como eu quero me vestir, e aí eu vejo, nossa, fez essa combinação, uso essa roupa dessa maneira, aí eu tento fazer igual. (...) eu não via muitas pessoas na rua da maneira como eu queria me vestir, era mais, assim, na televisão, nas séries.

Do mesmo modo, ao ser questionada sobre quem compõe suas principais inspirações de estilo, a estudante identificada como Miuccia Prada afirmou:

Atualmente uma pessoa que me inspira bastante na hora de vestir é a atriz de Bridgton, Nicola Couglan, a que faz a Penélope. Ela utiliza roupas muito lindas, vestidos lindos, é totalmente meu estilo, então eu tento buscar nas minhas referências assim, principalmente na hora de sair, porque para ficar em casa a gente não usa muita referência, mas é onde eu busco as minhas referências. Tem algumas influencers também, só que são mais influencers pequenininhas, no TikTok, que eu gosto. São pessoas que ultimamente eu estou acompanhando, ando vendo mais influencers.

Esses relatos demonstram como as plataformas digitais – especialmente redes como TikTok, Instagram e serviços de streaming – funcionam como dispositivos centrais na construção de repertórios estéticos, fornecendo modelos de visualidade que não se limitam ao espaço local, mas circulam globalmente. Nesse cenário, as mídias estimulam um consumo orientado pelo entretenimento, pela estetização e pela espetacularização da aparência, processos que se relacionam diretamente ao excesso de visualidades, à lógica do efêmero e à constante atualização das referências de estilo.

Lipovetsky e Serroy (2015) discutem como o mercado e a arte passaram a operar em uma dinâmica de convergência, produzindo e difundindo bens estéticos que visam simultaneamente ao prazer sensorial do consumidor e à geração de lucro para as empresas. Ao abordarem a estetização do mundo e o capitalismo em sua forma “artista”, os autores afirmam:

O capitalismo artista tem de característico o fato de que cria valor econômico por meio do valor estético e experimental: ele se afirma como um sistema conceitor, produtor e distribuidor de prazeres, de sensações, de encantamento. Em troca, uma das funções tradicionais da arte é assumida pelo universo empresarial. O capitalismo se tornou artista por estar sistematicamente empenhando em operações que, apelando para os estilos, as imagens o divertimento, mobilizam os afetos, os prazeres estéticos, lúdicos e sensíveis dos consumidores. O capitalismo artista é a formação que liga o econômico à sensibilidade e ao imaginário; ele se baseia na interconexão do cálculo e do intuitivo, do racional e do emocional, do financeiro e do artístico (Lipovetsky; Serroy, 2015, p. 43).

Ao tratarem do império do espetáculo e do divertimento, especialmente no âmbito das indústrias criativas – como a moda –, os autores criticam a forma como esse setor transforma e amplifica o universo imagético, intensifica experiências sensoriais e

estimula um consumo pautado pelo entretenimento. Eles ressaltam que essa nova cultura da espetacularização, fundamentada em imagens, comunicação e lazer, configura-se como:

uma hipercultura midiático-mercantil, que se constrói não apenas com as indústrias do cinema, da música ou da televisão, mas também com a publicidade, a moda, a arquitetura, o turismo. Uma cultura que tem como característica implantar-se sob o signo hiperbólico da sedução, do espetáculo, da diversão de massa (Lipovetsky; Serroy, 2015, p. 236).

Desse modo, a sedução estética se torna um princípio estruturante das dinâmicas contemporâneas de consumo, especialmente no campo da moda, no qual a criação de valor depende crescentemente da capacidade de produzir experiências sensíveis, estimular comportamentos e narrativas imagéticas que extrapolam a funcionalidade do vestuário. As marcas mobilizam dispositivos estéticos, como desfiles-espetáculo, colaborações com artistas, campanhas imersivas e estilizações midiáticas, que não apenas instigam o desejo, mas também moldam modos de vida, afetos e pertencimentos.

As tendências de moda, entendidas como ondas que definem o que está em evidência em determinados períodos, para além de envolverem fatores culturais, sociais, econômicos e políticos, são profundamente influenciadas pelos dispositivos midiáticos que disseminam estéticas e orientam comportamentos. No contexto das redes sociais, especialmente plataformas como o TikTok, tais tendências têm apresentado ciclos ultra rápidos, que alcançam grande visibilidade em curto espaço de tempo e rapidamente perdem relevância.

É nesse sentido que se orienta a fala da estudante identificada como Madeleine Vionnet, ao ser questionada se acredita que há influências culturais, sociais ou ideológicas moldando suas visualidades corporais. A estudante destaca a centralidade das tendências no seu modo de vestir:

Eu acho que sim, porque eu sou uma pessoa que sempre gostei de ficar atenta às tendências, embora eu não siga todas as riscas, mas de certa forma a gente percebe que a gente acaba abraçando, assim, algumas coisas que a gente vê, por exemplo, atualmente, está sendo muito visto pessoas usando alfaiataria. E eu comecei a usar alfaiataria, faz muito tempo que eu não uso jeans. Eu só uso calça e alfaiataria. Então, eu acho que as tendências interferem sim. Principalmente, eu que acompanho modelos como a Bella Hadid. Ela gosta muito desse estilo, de uma alfaiataria mais moderna. Eu também gosto muito de um estilo que as pessoas denominam Star Girl. Que é mais voltado, por exemplo, para garotas que gostam de brilho, vermelho, preto. Acaba que, de algum modo, existem uma série de tendências. E a gente acaba optando por aderir àquilo que, de algum modo, a gente entende que faz sentido pra nossa vida.

A fala da estudante Vionnet, ilustra como a adesão às tendências do campo da moda se articula com processos de identificação, consumo midiático e posicionamento estético. As inspirações advindas de celebridades, influenciadoras e personas digitais constituem repertórios que orientam escolhas de estilo e atualizam os modos de engajamento com a moda no presente.

A participante identificada como Coco Chanel, por sua vez, ao abordar o consumo de moda, a influência midiática e o papel das tendências, destaca como sua formação acadêmica contribuiu para a ampliação do olhar e para o desenvolvimento de uma postura mais crítica diante desses fenômenos:

Eu acho que a gente estuda muito sobre isso! Sobre consumo de moda e todas essas coisas e não sei se é um olhar meio clínico, mas na faculdade a gente olha pra...., vou dar um exemplo: a Lele Burnier. As pessoas falam assim, nossa, mas o estilo da Lele Burnier mudou tanto. O estilo da Lele Burnier não mudou tanto, ela simplesmente está seguindo a tendência do momento. E ela, pelo menos, ainda mantém coisas que são pontos-chave dela, que ela gosta de coisas mais espalhafatosas, mais estampadas, ela gosta de misturar estampa e isso é uma coisa dela. Quando a gente começou a acompanhar ela, a tendência era usar muita cor e hoje em dia a tendência é mais minimalista. Então, eu acho que a gente (como estudante de moda) já consegue observar isso, observar que as pessoas seguem isso. Aí o povo que comprou roupa com a tendência *color blocking* por causa da Le Burnier, agora tá tendo que doar tudo para comprar calça jeans e blusa branca por causa dela e da Catarina Tourinho, por exemplo. E eu também não tenho dinheiro pra ficar gastando com moda. Eu não compro moda com muita recorrência, eu comprei um maiô em fevereiro e comprei a calça em agosto. E foi isso. Essas foram minhas compras com moda esse ano. Ahhh, minto, eu comprei uma bota da Yellow Factory na promoção da Black Friday, uma bota marrom. Mas eu acho que tentamos tentar entender o que a gente gosta, justamente pra não gastar tanto, pra gente poder manter nosso estilo. Não é não seguir tendência, mas é seguir a tendência de acordo com o que você tem. Pelo menos é assim que eu penso. Eu acho que a gente tem umas roupas-chaves, umas peças assim, que a gente sabe que encaixam. Agora a tendência é coisa mais larga, então eu vou pegar as coisas largas que eu já tenho, ou as coisas mais, por exemplo, composição, sobreposição, esse tipo de coisa. É tipo buscar as tendências dentro do que você já tem ou que faz sentido pra você. Tipo Heroin Chic, eu acho que essa tendência não combina comigo. Indie Sleaze, na verdade, que é a tendência que está voltando a ficar em alta. Indie Sleaze não vai combinar comigo. Mas, assim, o Indie Sleaze usa coisa de onça, algo que gosto! Eu posso usar um top, uma blusa de onça, inclusive, que eu novamente acabei de pegar do armário da minha mãe e que agora é meu, então eu vou usar essa blusa de onça, eu vou usar com alguma outra coisa, com alguma saia. Eu tenho gostado de saia longa. E aí eu vou fazendo essas composições. Eu acho que a faculdade de moda me ajudou muito a ter discernimento, sabe?

Já a participante identificada como Cristian Dior, ao ser questionada sobre sua capacidade de expressar identidade, subjetividades e singularidades por meio das visualidades do corpo, destacou a influência do universo do K-Pop — fenômeno

cultural global que articula música, moda e performance — como referência central na construção de sua visualidade pessoal. Em seu relato, a estudante afirmou:

Dior: Sim, eu consigo. Tanto que os meus estilos são inspirados no meu estilo musical. Eu não sei se você conhece, mas eu me inspiro muito neles, do mundo do K-Pop.

Ao aprofundar a conversa sobre a presença de influências culturais, sociais ou ideológicas em suas escolhas estéticas, a participante reafirmou essa referência, situando o início de seu contato com esse universo por volta de 2016. Conforme relatou, esse processo ocorreu de maneira gradual e esteve associado tanto à ampliação de seu repertório cultural quanto à busca por uma identidade visual própria:

Dior: Eu comecei a ter contato lá por 2016. E no começo eu não me preocupava muito em como eu me vestia. Mas aí, quando eu fui conhecendo melhor, eu fui criando uma paixão, assim, e também, é, pra ele se explicar. Eu também, na época, eu via as meninas que vestiam bem melhor que eu. E eu ficava um pouco triste por não ter algum estilo, assim, específico de identidade. Aí eu pensei, em algum ano, que eu não lembro, porque faz muito tempo, que eu podia me inspirar em alguma coisa. Que, tipo, era só minha. E foi isso que aconteceu.

Esses depoimentos ilustram como as visualidades de moda, sobretudo aquelas disseminadas pela mídia e por fenômenos culturais globais, exercem um papel formativo na constituição das identidades juvenis. Tais visualidades não se limitam à apresentação de vestuários ou coleções, mas projetam ideologias, valores e narrativas relacionadas a padrões de consumo, estética e corporalidade. Ao introduzirem tendências e propostas visuais, esses dispositivos midiáticos produzem e reforçam sentidos de pertencimento, distinção e estilo de vida, sugerindo modos de ser e de se expressar que podem ser apropriados, ressignificados ou tensionados pelas/os estudantes no processo de construção de suas visualidades corporais.

4.2. Visualidades do corpo como expressão de singularidade

As visualidades do corpo constituem um meio privilegiado de expressão da subjetividade. Conforme explica Woodward (2000, p. 56), “subjetividade sugere a compreensão que temos sobre o nosso eu. O termo envolve os pensamentos e as emoções conscientes e inconscientes que constituem nossas concepções sobre ‘quem nós somos’”. Todavia, essa experiência subjetiva não se desenvolve de forma isolada, mas é vivida em um contexto social no qual a linguagem, a cultura e as práticas sociais

atribuem significados às maneiras pelas quais os indivíduos se percebem e constroem suas identidades, inclusive no contexto acadêmico.

Woodward (2000) argumenta que os sujeitos se vinculam aos discursos socialmente disponíveis e, simultaneamente, se posicionam em relação a eles, assumindo determinadas posições identitárias que passam a integrar suas próprias definições de si. Nessa chave, o posicionamento identitário diante desses discursos, especialmente por meio das visualidades do corpo, se converte em um recurso estético de afirmação da individualidade, de expressão de um estilo próprio e de construção de experiências afetivas e de autoestima.

Nessa perspectiva, o repertório imagético apresentado nos *moodboards* produzidos durante a coleta de dados revelam as posições identitárias das/os estudantes. Nesses materiais, as imagens selecionadas buscavam representar o estilo pessoal de cada participante, a forma como desejam ser percebidas/os, as influências culturais que permeiam suas escolhas de vestuário, bem como suas inspirações de estilo, referências estéticas e imagens associadas aos seus modos de vida, conforme destaque a seguir.

O *moodboard* elaborado pela participante identificada como Miuccia Prada à primeira vista, me chamou a atenção os brincos, especialmente por remeterem ao acessório utilizado pela participante durante o período de observação, quando integrava uma das turmas que eu acompanhei. O uso desse tipo de adorno demonstra um estilo criativo, alegre e expressivo. A participante que se autodeclara uma mulher gorda e preta, destacou preferir jeans e peças-chave que possam ser utilizadas em diferentes combinações, especialmente em tons de marrom, o que dialoga com as referências imagéticas apresentadas.

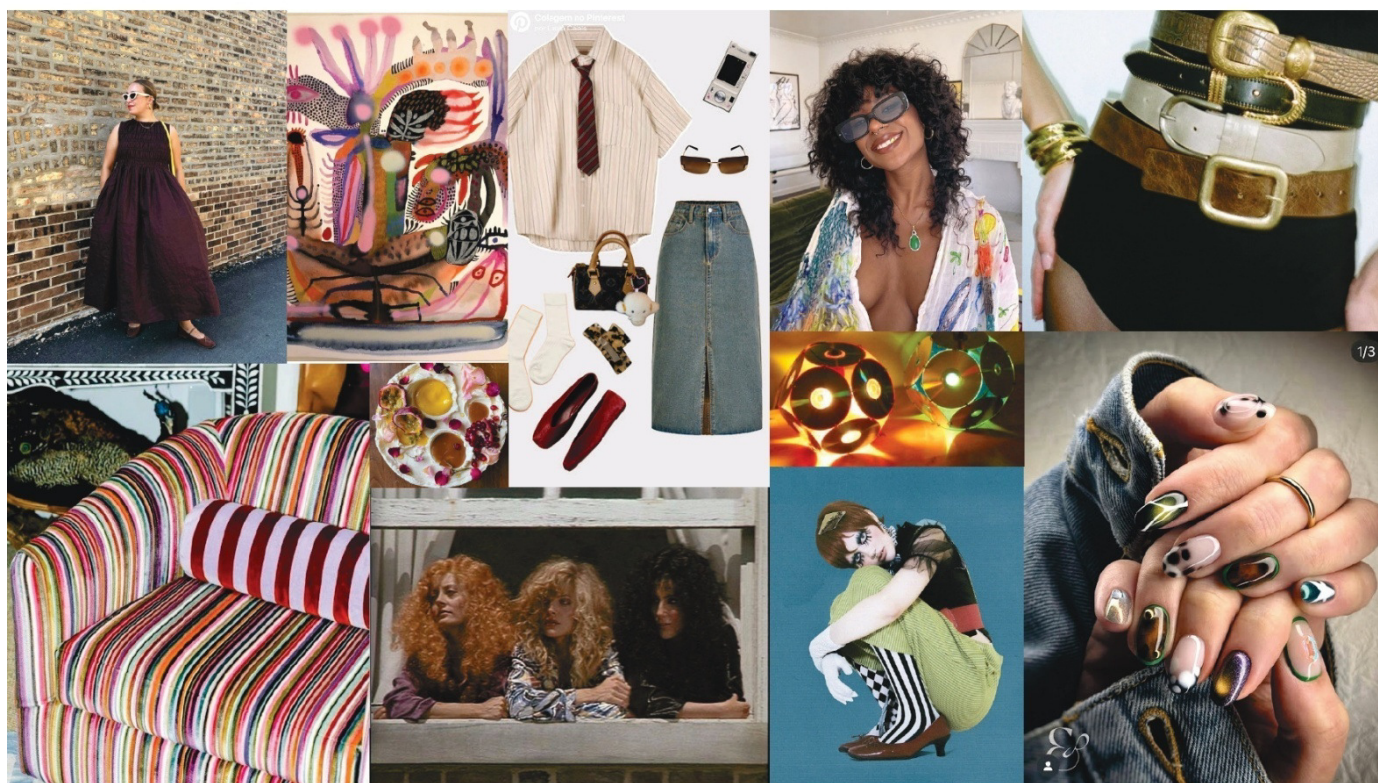
Eu: E você acha que isso está relacionado ao fato de você estudar moda? Ou também as influências que você recebe das pessoas com as quais você interage na faculdade?

Chanel: Não, eu acho que tá bem relacionado ao fato de estudar moda. Bem relacionado. Porque é aquilo que eu falei, eu acho que a faculdade permite que a gente consiga explorar mais essa parte nossa.

As falas das participantes mostram como o percurso formativo no curso de Design de Moda pode operar como catalisador para transformações identitárias, manifestadas por meio das visualidades do corpo. O contexto universitário se configura, assim, como um espaço de experimentação estética e subjetiva, no qual o aprendizado adquirido se entrelaça com vivências pessoais e interações coletivas. Ao promover um ambiente que valoriza a expressão individual e a liberdade criativa, o contexto acadêmico contribui para que as/os estudantes desenvolvam um estilo mais autêntico, consciente e coerente com suas trajetórias e posicionamentos no mundo.

Essa liberdade criativa mencionada por Chanel também se manifesta visualmente no *moodboard* por ela elaborado:

Figura 12. *Moodboard* construído pela participante Coco Chanel.



Fonte: Acervo da pesquisa. 2024.

As peças selecionadas no *moodboard* por Chanel expressam uma mescla entre sobriedade e ousadia criativa. Elementos como a camisa de botão, saia jeans estruturada e a paleta em tons terrosos remetem a uma estética mais contida, enquanto acessórios marcantes, unhas decoradas de forma artística, cabelos volumosos e a combinação inusitada de texturas e estampas, revelam uma atitude estética mais experimental e afirmativa.

A disposição das imagens no painel também revela um olhar atento à composição visual, sugerindo equilíbrio entre referências clássicas e expressões mais contemporâneas e subjetivas de estilo. A inclusão de elementos como obras de arte, objetos cotidianos ressignificados – como a sobreposição de contos e ambientes que evocam simultaneamente tanto conforto quanto excentricidade—, contribuem para a construção de uma narrativa estética rica e multifacetada

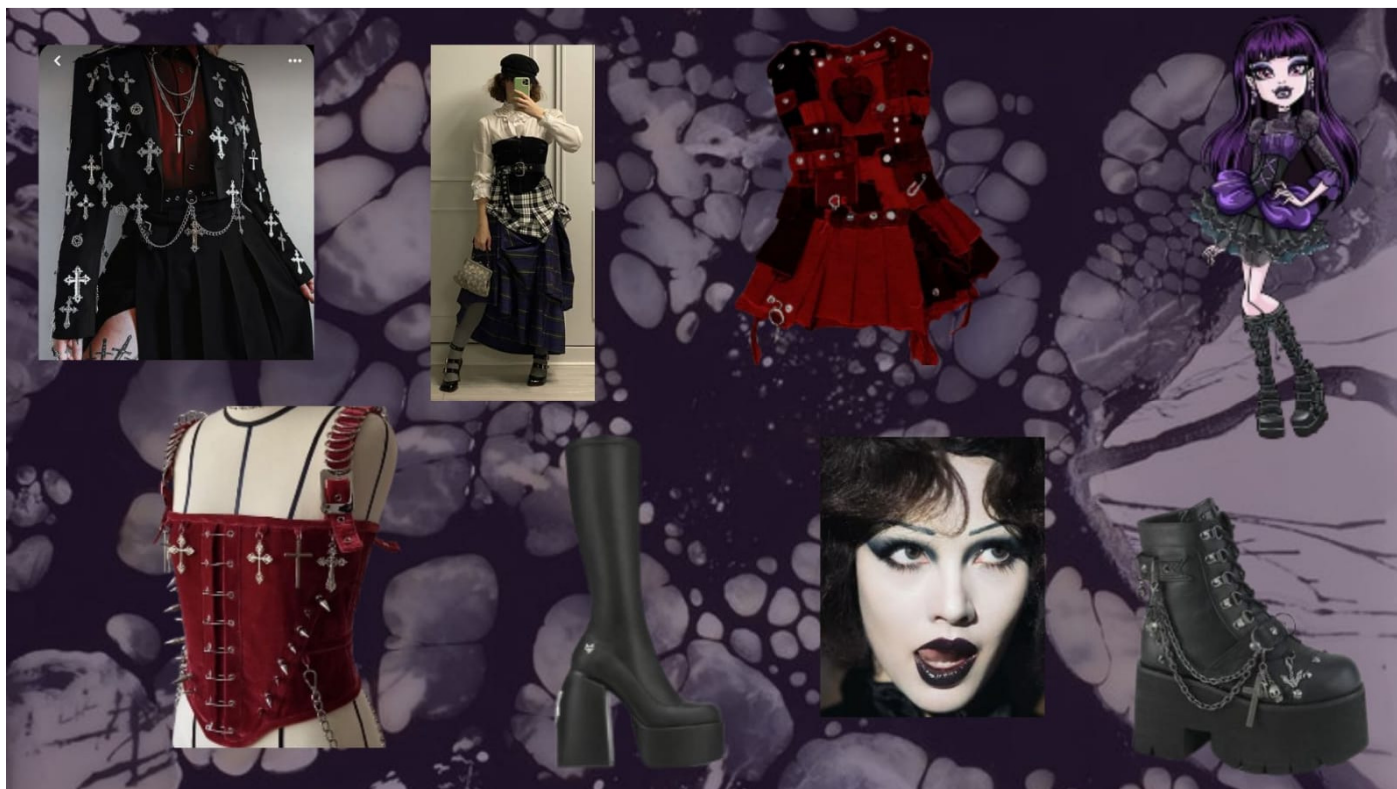
Já o *moodboard* elaborado pela participante identificada como Cristóbal Balenciaga revela sua afinidade com a estética gótica, em consonância com aspectos abordados em sua entrevista, na qual destacou que seu interesse por esse estilo remonta à infância. A participante compartilhou:

Balenciaga: Eu acho que desde pequenininha eu já admirava muito, mas até eu começar a conseguir comprar minhas próprias roupas, assim, poder escolher o que eu vou me vestir e expressar esse estilo, demorou um pouco, assim, uns 14, 15 anos.

Eu: Então, desde pequenininha. E onde você teve contato com essa estética?

Balenciaga: Acho que no filme, tipo assim, Mortícia Adams, gosto muito desse filme. Aí, tipo assim, eu assistia ele e falava: Uau, queria ser assim, sabe? É... engraçado que agora que eu estou falando, quando criança eu não lembro de ter assistido. É, tipo assim, eu sabia que existia, mas mesmo eu não tendo a recordação de ter assistido eu via essa estética e falava, nossa, que legal. Mas, agora, recentemente, eu assisti a série no Netflix e achei legal. Filme de vampiro, eu gostava muito, achava muito legal!

Figura 13. *Moodboard* construído pela participante Cristóbal Balenciaga.



Fonte: Acervo da pesquisa. 2024.

O *moodboard* articula um conjunto de referências visuais que reforçam a identificação da participante com o estilo gótico, evidenciada não apenas pelas escolhas estéticas, como pelo uso predominante de preto, vermelho escuro, metais e correntes, mas também pela presença de símbolos como cruzes, *corsets* estruturados, plataformas robustas e maquiagem carregada de inspiração dramática.

Nas entrevistas realizadas percebi tanto pelas visualidades corporais quanto pelas narrativas, algumas nuances de certa forma um pouco infantilizadas, aspecto que também se manifestou na composição dos *moodboards*. Observei uma fusão entre referências infantis e adultas e, ao mesmo tempo, elementos de uma estética “cute” e nostálgica, além de referências vinculadas a subculturas alternativas, que evocam autonomia estilística e afirmação identitária.

Embora os painéis elaborados pelas participantes Miuccia Prada e Coco Chanel, ambas do oitavo período, revelaram uma expressiva criatividade, observei também uma composição visual marcada por harmonia estética e apuro formal, aspectos que indicam não apenas um senso estético elaborado, mas também certa maturidade na construção imagética. Tal característica contrasta com o *moodboard* elaborado pela

participante identificada como Cristóbal Balenciaga, do segundo período, cuja produção, embora coerente com sua proposta identitária, apresenta um caráter mais experimental e juvenil.

Essa diferença ressalta os contrastes entre estudantes ingressantes e concluintes, também percebidos durante o período de observação, sugerindo que fatores como a idade, o percurso formativo e a proximidade da conclusão do curso influenciam significativamente a postura das/os discentes. Esses aspectos impactam tanto na criatividade para elaborar o painel, quanto nas escolhas estéticas, refletindo um modo de vestir que tende a apresentar maior sofisticação e intencionalidade nos períodos mais avançados da formação.

Nesse contexto, destaco a fala da participante Chanel, que trouxe a preocupação das/os estudantes concluintes com a adoção de um modo de vestir mais maduro, coerente com a construção de uma identidade profissional:

Esses dias eu fui no shopping com minha mãe e eu estava olhando as roupas e pensando: nossa, eu tenho que comprar umas roupas mais retas. Não retas, mas um pouco mais sóbrias. Porque eu vou sair da faculdade. Então eu preciso começar a amadurecer um pouco meu estilo e não ser uma coisa tão largada. Eu estava pensando em duas calças. Uma calça reta. Eu queria uma calça reta de qualquer forma, então não foi só por causa disso. Mas eu queria uma calça reta e uma calça balão. Meia skatista, sabe? E aí eu pensei, entre essas duas calças, a que vai existir por mais tempo vai ser essa reta. Então eu acho que tem muito a ver também com a imagem que a gente quer passar no futuro, compondo as peças de roupas que a gente tem e a imagem que a gente está querendo passar para as pessoas. Dentro da faculdade, eu acho que existe uma abertura maior para você ser mais criativa. Mas quando a gente vai para o mercado de trabalho, eu acho que essa abertura é um pouco menor. Você pode ser criativa, mas dentro ali do que é possível, dentro do universo do trabalho. Mas dentro da faculdade, nossa, eu acho muito, eu fui muito inspirada pelas pessoas que eu vejo, sabe? Dentro da faculdade, pra poder experimentar a moda também. Eu acho que isso me deu mais liberdade.

Ao ser questionada sobre a imagem que deseja transmitir por meio do vestir, a participante revelou:

Hoje em dia, eu tenho tentado passar a imagem de que eu sou uma pessoa criativa. Mais ainda, que não sou mais uma criança. Eu estou amadurecendo. Estou entrando na vida, tipo, uma jovem adulta criativa. Então, tipo, eu gosto muito de camisa de botão, essas coisas. É, isso é, tipo, uma camisa de botão branca com uma calça mais reta. Mas aí vim colocar, tipo, um brinco colorido. Todo, tipo assim, “tcháám”. Bem cheguei, esse tipo de coisa, mais pro lado dos acessórios, sabe? Ou um lenço de cabelo, diferente. Meu cabelo já é, né? Uma grande arma de estilo, eu acredito. Ele é muito enorme. Mas eu acho que eu tenho que tentar passar essa imagem, sabe?

A afirmação da individualidade por meio das visualidades do corpo se revela como uma prática estética e também como um processo de individualização que

articula experiências afetivas, memórias, práticas de resistência e dimensões de autoestima, contribuindo para a elaboração de sentidos identitários. Isso ocorre na medida em que as posições que ocupamos, com as quais nos identificamos ou das quais buscamos nos diferenciar, atuam de maneira decisiva na constituição de quem somos.

O depoimento do estudante identificado como Hubert de Givenchy, ao ser questionado sobre o que o motivou a cursar Design de Moda, revelou como tais elementos podem atuar como recurso de elaboração subjetiva e de resistência a normas sociais:

Eu sempre soube que eu ia querer um curso criativo, artístico. Eu era uma criança que desenhava muito desde sempre. Eu fazia algumas maquetezinhas, eu fazia roupa de papel para as minhas bonecas, que eu gostava muito. Aí acabou que, por volta do primeiro ano do ensino médio, eu estava pensando em fazer arquitetura ou, sei lá, artes visuais, alguma coisa assim. Aí eu passei por um período da minha vida no primeiro ano do ensino médio que eu estava, eu sofri um tipo de depressão. E aí, quando eu fiz o meu tratamento, comecei a melhorar, eu comecei a usar muito o meu estilo como uma forma de remediar as minhas angústias, sabe? Uma questão de ser uma coisa que eu fazia por mim. E eu sempre sentia que aquelas pessoas do ensino médio tinham uma certa pressão pra eu ser igual a todo mundo e de me conformar com o padrãozinho de todo mundo. Uma coisa que foi me fazendo mal, digamos assim. E aí, quando eu comecei a me expressar com o meu estilo, comecei a sentir um grande senso de liberdade. Eu falei, cara, eu já sei que eu vou fazer um curso criativo. Eu gosto de desenhar, eu gosto de criar, eu gosto de fazer essas coisas. Acho que moda seria um curso bom!

Nessa mesma direção, a estudante identificada como Elsa Schiaparelli, ao ser questionada se acredita que há algo que determina seu estilo, mencionou:

Schiaparelli: Eu gosto muito de coisa artesanal. Todas as vezes que eu me visto, quase sempre eu estou com alguma coisa artesanal, seja um brinco, seja uma blusinha de crochê.

Eu: Tipo esse brinco que você tá usando? Tá lindo!

Schiaparelli: Ai, é verdade. Eu sempre estou com ele. Eu adoro. Uma coisa que tem muito a ver com a forma como eu me visto, é porque, de certa forma, algumas peças de roupa eu uso tem uma história pra mim importante, sabe? Tipo, esse brinco, por exemplo, é um brinco que eu gosto muito eu consigo lembrar do dia que eu o comprei. Tenho algumas roupas que fui eu mesma que fiz. Então, é sempre muito bom quando eu visto e alguém fala: Nossa, você tão bonita! Eu falo: obrigada, fui eu que fiz! E aí me motiva a usar mais vezes essa mesma roupa. E, assim, eu sempre associo muito, tipo, as roupas com os momentos que eu vivi.

Tanto as entrevistas quanto os painéis visuais demonstraram que o ato de vestir assume um papel central na vida das pessoas participantes, não apenas como meio de expressão individual, mas também como estratégia de posicionamento no mundo

social, acadêmico e profissional, refletindo intencionalidades estéticas e identitárias em consonância com o momento de vida de cada uma/um, e as suas expectativas futuras.

Segundo George Simmel (1971), o indivíduo é atravessado por dois impulsos fundamentais: por um lado, deseja imitar os outros; por outro, aspira distinguir-se deles. A moda responde simultaneamente a essas tendências, que remontam à própria constituição da vida social. Nesse sentido, expressa de maneira articulada tanto a inclinação à conformidade quanto a necessidade de diferenciação, operando como síntese prática entre uma predisposição psicológica à imitação e outra à distinção.

O filósofo observa que “o movimento, o tempo, o ritmo dos gestos, são todos, sem dúvida, amplamente influenciados pelo que se veste; pessoas vestidas de maneira semelhante exibem relativa semelhança em suas ações” (Simmel, 1971, p. 302). Assim, ao analisar filosoficamente a moda, o autor parte do que denomina princípio da dualidade, segundo o qual a vida social se estrutura a partir da integração entre uma tendência à generalidade e outra à especificidade. Essa dualidade manifesta-se de modo evidente no fenômeno da moda.

Para Simmel (1971) a moda não se estabelece quando apenas uma dessas forças se faz presente; ao contrário, ela depende justamente do equilíbrio dinâmico entre “a necessidade de união, por um lado, e a necessidade de isolamento, por outro. Se uma delas estiver ausente, a moda não se formará – seu domínio cessará abruptamente” (1971, p. 301). Esses desejos conflitantes situam-se, para o filósofo, no centro da explicação não apenas da moda, mas dos fenômenos sociais como um todo, na medida em que toda a história da sociedade reflete o conflito permanente entre “adaptação à sociedade e afastamento individual de suas exigências” (1971, p. 295).

A fala da estudante identificada como Elsa Schiaparelli, quando perguntei sobre a imagem que busca transmitir por meio do vestir, dialoga com essa concepção quando ela narra seu receio de ser confundida com a “maioria”, especialmente diante da possibilidade de projeções identitárias contrárias às suas próprias convicções ideológicas:

Eu me considero uma pessoa das artes, das humanas. Então, de certa forma, eu gosto que isso seja visto no meu vestir. Ah, por exemplo, uma coisa que acontece comigo, eu acho que eu gosto muito de saia comprida, saia longa. E aí, dependendo do jeito que eu visto essa saia, fica parecendo que eu sou uma mulher evangélica, por exemplo. Mas não é o que eu gosto de transparecer. Então, eu não gosto de parecer uma pessoa religiosa. Eu gosto de parecer uma pessoa mais das artes. E, de certa forma, aparecer no meu vestir que eu sou uma mulher feminista, essas coisas assim. Em geral, eu gosto disso.

Nessa direção, Barnard (2003) aprofunda a compreensão da dualidade proposta por Simmel (1971), indicando que tal tensão remete ao desejo simultâneo dos indivíduos de pertencer a um grupo social mais amplo e, ao mesmo tempo, de não se deixarem capturar por ele a ponto de perderem sua individualidade. Conforme observa o autor, “as pessoas parecem precisar ser ao mesmo tempo sociáveis e individualistas, e a moda e a indumentária são formas pelas quais esse complexo conjunto de desejos e exigências pode ser negociado” (Barnard, 2003, p. 28-29).

Ainda que a convivência social seja um aspecto constitutivo da vida, é no anseio pela diferença, que a identidade se manifesta com maior nitidez. Para Woodward (2000), as identidades são constituídas pela diferença, de modo que “a identidade, pois, não é o oposto da diferença: a identidade depende da diferença” (2000, p. 40). No campo da moda, as visualidades do corpo operam como marcadores simbólicos que diferenciam sujeitos e grupos, ao mesmo tempo em que os situam socialmente, na medida em que “existe uma associação entre a identidade da pessoa e as coisas que uma pessoa usa” (2000, p. 10)

Woodward enfatiza que a identidade é, fundamentalmente, relacional, sendo a diferença produzida tanto por sistemas simbólicos de representação, que posicionam os sujeitos em relação a outras identidades, quanto por mecanismos de exclusão social. Assim, “a construção da identidade é tanto simbólica quanto social” (Woodward, 2000, p. 10). Nessa perspectiva, a identidade se constitui justamente na tensão entre coletividade e distinção: veste-se para ser reconhecido como parte de um coletivo, seja ele estético, cultural, geracional ou político, mas também para afirmar individualidade e produzir diferenciação.

Nessa direção, o depoimento do estudante identificado como Yves Saint Laurent, também oriundo de uma cidade do interior de Goiás, dialoga diretamente com as formulações de Woodward, trazendo evidências de como o processo de deslocamento geográfico e a inserção em novos contextos socioculturais reconfiguram modos de vestir e sentidos identitários. Ao ser questionado se seu estilo mudou após ingressar na faculdade, ele respondeu:

Eu: E você acha que o seu estilo mudou depois que você entrou na faculdade?

YSL: Ah, mudou bastante, sim. Quando eu vim pra cá, eu usava coisas mais, não diria simples, mas algo mais nichado, com cara um pouco nisso de ser do interior, sabe? É coisas assim mais básicas. Aí depois que eu entrei na faculdade, eu comecei a combinar outros tipos de roupa, e comecei a gostar mesmo. E isso de moldar um pouco o estilo, um pouco da identidade visual.

Eu: E você acha que essa mudança, ela se deu por quê?

YSL: Eu acho que foi um pouco do curso e também um pouco de mim mesmo querer mudar um pouco essa imagem a partir de agora.

Eu: Do curso você fala em relação a começar a ter agora um conhecimento mais técnico em moda ou em razão da influência dos colegas?

YSL: Eu acho que os dois, assim, um pouco do técnico, mas também um pouco mais disso, principalmente de ver os colegas, cada um com seus estilos. Aí eu busquei inspeção nisso daí também, pra ter também o meu próprio estilo.

Esta noção também está presente na fala da estudante identificada como Miuccia Prada que destacou como os processos identitários relacionados ao vestir são profundamente atravessados pelas redes de socialização, especialmente quando novos espaços coletivos permitem experimentações estéticas antes inibidas pelo contexto familiar, reforçando assim a dimensão relacional da identidade. Proveniente de um círculo social marcado pela discricção, a estudante relata que, após ingressar na faculdade, sua forma de vestir transformou-se de modo significativo. Questionada sobre essa mudança, afirmou:

Eu: Você acha que você mudou o seu estilo porque você começou a de fato estudar moda ou também por conta de influência das pessoas?

Prada: Eu acredito que foi um pouco dos dois, mas mais sobre influência mesmo. Porque as pessoas são criativas. Lá na FAV, eles são muito criativos.

Frédéric Godart (2010), em *Sociologia da Moda*, compreende a moda identitária como um fenômeno sociocultural, na medida em que os indivíduos assinalam suas diversas formas de pertencimento social por meio de sinais identitários, entre os quais a indumentária ocupa posição central. Para o autor, a moda se nutre desses marcadores simbólicos, “pois é a partir deles que se desenvolvem seus fenômenos fundamentais de imitação e diferenciação” (2010, p. 24).

Godart (2010) destaca que a dinâmica da moda, estruturada nos processos de imitação e diferenciação, esclarece dois aspectos fundamentais da vida social. Primeiro, destaca a existência de múltiplos níveis de ação entre o indivíduo e a sociedade, sendo nesse espaço intermediário que a moda opera. Ao escolher roupas e acessórios, os sujeitos reafirmam continuamente sua inclusão ou não inclusão em determinados grupos sociais, culturais, religiosos, políticos ou profissionais. O depoimento da estudante identificada como Madeleine Vionnet dialoga diretamente com essa perspectiva, ao afirmar:

Eu: Você acredita que exista relação entre moda e identidade?

Vionnet: Sim, com certeza, querendo ou não, a roupa fala bastante. A gente julga muitas as pessoas pelo que elas estão vestindo. Então, por exemplo, nós sabemos que pessoas de uma determinada religião, por exemplo, uma cristã

de matriz africana, usam branco em determinado dia da semana. A gente sabe que mulheres evangélicas gostam de usar mais saia. Também tem toda a questão da sexualidade, muitas pessoas se sentem mais abertas com determinadas roupas, se sentem mais elas mesmas com determinadas roupas, até se a gente for pensar na identidade travesti, na identidade trans.

Eu: Então você está querendo dizer que as roupas são uma forma de expressar a identidade?

Vionnet: Sim, até mesmo roupas destinadas a fãs, roupas com slogan de bandas, de determinada série mostram como as pessoas estão dentro de grupos da sua identidade.

Esse depoimento reforça como as visualidades do corpo, para além de constituírem meios estéticos de afirmação da individualidade, operam como elementos de diferenciação, marcando fronteiras simbólicas entre grupos e de reconhecimento social, situando os sujeitos em redes de pertencimento, distinção e classificação que estruturam suas experiências. Godart (2010, p. 36) enfatiza o caráter relacional da moda, na medida em que

cada indivíduo pode ter múltiplas identidades, que podem ser públicas ou privadas, formais ou informais e revelam-se quase sempre contraditórias. Essas identidades nunca são, todavia, puramente individuais, mas sim coletivas. A moda é uma produção e uma reprodução permanente do social

Nessa direção, a fala da estudante Miuccia Prada corrobora com o caráter relacional e dinâmico da moda ao evidenciar a mutabilidade de suas expressões identitárias por meio das visualidades do corpo. Ao ser questionada se acredita existir relação entre moda e identidade, afirmou:

Sim, muita. A gente expressa nossa personalidade pelo que a gente veste [...]. Aquilo que você veste tá moldando quem você é. Dependendo do dia, eu sou assim, assado. Eu dependo do dia, um dia eu quero algo mais elegante, outro dia algo mais divertido. Então, acho que mostra muito nossa personalidade, nossa identidade.

Stuart Hall (2006, p. 9) argumenta que “as identidades modernas estão sendo descentradas, isto é, deslocadas ou fragmentadas”. O sujeito pós-moderno não possuiu uma identidade fixa, essencial ou permanente, ao contrário, para o autor “a identidade tornasse uma celebração móvel: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (2006, p. 11).

À medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, segundo Hall (2006), somos confrontados com uma multiplicidade cambiante e, por vezes, desconcertante de identidades possíveis, cada uma delas

potencialmente mobilizável ao menos de forma temporária. A identidade, portanto, deve ser compreendida como processo, sempre em constituição.

Corroborando tal entendimento, Zygmunt Bauman (2005) argumenta que, na pós-modernidade, a condição permanentemente provisória da identidade já não pode ser ocultada. Isso ocorre porque o pertencimento e a identidade “não tem a solidez de uma rocha, não são garantidos para toda a vida, são bastante negociáveis e revogáveis” (Bauman, 2005, p. 17). Essa reflexão remete à noção das identidades líquidas, ou seja, identidades fluidas, mutáveis e não permanentes, que se ajustam às circunstâncias e são continuamente construídas e reconstruídas em resposta às pressões sociais, econômicas e culturais contemporâneas, portanto, identidades em constante reinvenção.

Para Bauman (2005, p. 19), “as identidades flutuam no ar, algumas de nossa própria escolha, mas outras infladas e lançadas pelas pessoas à nossa volta, e é preciso estar em alerta constante para defender as primeiras em relação às últimas”. No contexto da moda, essa perspectiva evidencia como os sujeitos mobilizam as visualidades do corpo como estratégias de negociação identitária e expressão de subjetividades.

A moda, inserida em um cenário de constantes mudanças, oferece suportes simbólicos que permitem tanto a afirmação de pertencças quanto a experimentação de novas formas de ser, refletindo a fluidez e a instabilidade características das identidades pós-modernas. As falas das estudantes identificadas como Madeleine Vionnet e Coco Chanel, quando questionadas sobre as mudanças em seus estilos após ingressarem na faculdade, reforçam essa compreensão da identidade como processo contínuo de negociação e reinvenção, fluindo conforme as interações socioculturais e mobilizando as visualidades do corpo como instrumento:

Eu: Seu estilo mudou depois que você entrou na faculdade?

Vionnet: Sim, no primeiro período eu não me vestia como eu me visto agora, não. Eu usava mais jeans e uma cartela de cores mais terracota. Mas eu acho também que é porque eu não estava assim com a condição financeira tão boa quanto estou agora, então comecei a realmente comprar coisas que eu gostava mais agora.

Eu: Você acha que de algum modo a faculdade em si influenciou nisso?

Vionnet: Sim. Eu passei a ver pessoas mais estilosas e ficava, gente, que legal! Porque a gente tem aquela ideia de: Nossa, mas pra que se arrumar tanto pra faculdade? Mas, ultimamente, eu penso que a gente tem que se arrumar em qualquer ocasião mesmo, que você desejar, sabe? Então, eu tive muitas inspirações, inclusive, tem muitas meninas da minha sala que eu uso como referência, eu gosto muito do estilo delas e penso: Nossa, que legal a forma que ela usou essa peça, eu posso fazer um look parecido. Então, eu acho que influenciou sim.

Para Michel de Certeau (1994), a ação dos indivíduos no interior de suas interações sociais ressalta, simultaneamente, sua singularidade e a pluralidade social que delas emerge. Nesse sentido, a análise das visualidades do corpo como expressão de singularidade no contexto do curso de Design de Moda da UFG conduziu-me à percepção de que o estilo pessoal e a autenticidade, embora manifestem escolhas individuais, estão profundamente associados aos seus processos formativos e às percepções realizadas pelos outros. As falas dos estudantes identificados como Elsa Schiaparelli e Alexander McQueen, ilustram tal dinâmica relacional:

Eu: Você acredita que consegue expressar a sua identidade, subjetividades, singularidades por meio de suas visualidades do corpo?

Schiaparelli: Eu acho que bastante, sim. Porque tem algumas pessoas que geralmente comentam que, às vezes viu um brinco, uma saia, alguma coisa assim e que achou a minha cara. Eu acho muito bom quando as pessoas olham uma coisa e falam: Nossa, isso é muito a sua cara!

Alexander McQueen: Eu acho que com certeza. [...] Tanto que eu acho muito bom quando as pessoas olham uma coisa e falam. Nossa, isso é muito a sua cara, *Alexander*.

Assim, observo que a construção de uma aparência considerada “autêntica” não se constitui de forma isolada, mas se estabelece em permanente diálogo com o olhar social, que legitima, contesta ou ressignifica essas expressões. É nessa direção que se encaminham as falas dos estudantes Donatella Versace, Yves Saint Laurent e Christian Dior. Quando questionados sobre a imagem que desejam transmitir por meio do vestir, suas respostas revelam a centralidade do reconhecimento social na performatividade de suas visualidades do corpo:

Eu: Qual é a imagem que você quer passar através do seu vestir?

Versace: A imagem de alguém que tem conhecimento de moda. Eu também busco passar certa autenticidade, descontração. Acho que é isso.

Eu: E você acredita que de fato você consegue passar essa imagem?

Versace: Olha, eu acho que as vezes, passar a parte de ter um conhecimento de moda talvez seja mais difícil, mas eu consigo transmitir a parte de descontração, de diversão e tal.

Eu: Qual que é a imagem que você quer passar através do seu vestir?

Dior: É, bem, eu quero me passar por uma pessoa que realmente entende da minha área. Tanto que muita gente quando me vê, me pergunta se eu faço moda.

Eu: Entendi, então você quer transparecer uma pessoa que entende de moda?

Dior: Isso, eu gosto de passar essa imagem estilosa.

Eu: E você acredita que de fato você passa essa imagem?

Dior: Eu acho que sim.

Eu: Qual que é a imagem que você quer passar através do seu vestir?

YSL: Eu busco algo não muito extravagante, mas, tipo assim, a imagem que a pessoa entende um pouco de estilo e que tá ali mostrando um pouco do estilo dela. Acredito que tipo isso.

Eu: Entendi. Então você quer passar uma imagem de pessoa é estilosa, é?

YSL: Isso.

Eu: E você acredita que, de fato, você transmite essa imagem?

YSL: Eu não sei dizer com certeza, mas se a gente for olhar, assim, pelo Instagram, por redes sociais, eu acredito que passo um pouco. Agora, pessoalmente, eu acho que às vezes nem tanto, assim. Porque no dia a dia eu opto por coisas mais simples. Eu busco elevar um pouco mais o estilo, quando são coisas que fogem um pouquinho da rotina, tipo ir pra alguma apresentação, exposição, coisas do tipo.

Esses depoimentos enfatizam a necessidade de se parecerem “estilosos” perante o olhar social, mobilizando elementos da aparência como estratégia de reconhecimento e validação simbólica. Nesse horizonte, Michel de Certeau (1994) também discute as estratégias e táticas mobilizadas pelos sujeitos em suas práticas cotidianas, muitas vezes de modo inconsciente, para construir modos de existência possíveis dentro dos sistemas culturais que os atravessam. Ao articularem suas escolhas estéticas de modo a transmitir conhecimento de moda, autenticidade ou distinção, as/os estudantes, muitas vezes, ativam táticas de autoperformance que visam não apenas expressar singularidades, mas também negociar lugares de legitimidade e pertencimento.

Certeau (1994) associa as estratégias às instituições, que detêm poder e controle sobre os espaços, enquanto as táticas dizem respeito às maneiras pelas quais os indivíduos criam brechas e constroem seus próprios espaços dentro dos limites impostos por essas estratégias. São ações cotidianas, flexíveis e por vezes improvisadas, que permitem aos sujeitos adaptar, driblar ou ressignificar o sistema em favor de suas necessidades. Como afirma o autor, “muitas práticas cotidianas (falar, ler, circular, fazer compras ou preparar as refeições, etc.) são do tipo tática” (Certeau, 1994, p. 46-47).

A fala do estudante identificado como Hubert de Givenchy, quando perguntei se acredita conseguir expressar sua identidade, subjetividades e singularidades por meio de suas visualidades corporais, também descreveu um processo que pode ser interpretado como tática, na medida em que envolve a construção de brechas para afirmar uma identidade trans em meio às expectativas sociais que o atravessam. Conforme relata:

Eu saí de um colégio no ensino médio, foi quando eu estava meio depressivo, foi uma fase meio difícil na minha vida. Eu entrei no segundo ano em outro

colégio, aí foi a pandemia e tudo mais. Após um ano de ficar presa em casa, sem muito o que fazer, eu comecei a me sentir mais liberdade de expressar de outras formas, porque eu não tinha um estilo tão definido, entre aspas. Eu sei que eu me vestia bem, as pessoas falaram que eu me vestia bem. Mas eu não tinha me encontrado uma forte identidade com o que eu vestia. Aí, rolaram muitas coisas. Eu, por volta de 2021, comecei a pintar o cabelo. Eu pinto cabelo de preto até hoje. Ele foi vermelho uma época, mas hoje em dia ele volta pro preto e tudo mais. Eu comecei a comprar mais roupas online. Acho que todo mundo começou a comprar um pouco na Shein nessa época. Eu fui vítima disso também. Aí eu fui construindo um guarda-roupa que tinha realmente a ver comigo, sabe? Foi na mesma época que eu saí do armário como pessoa trans. Acho que as coisas foram andando em conjunto pra eu construir essa identidade mais alinhada com quem eu realmente sou e fora das expectativas das outras pessoas no geral.

A reflexão do estudante demonstra o quanto o cotidiano é atravessado por práticas inventivas pelas quais os sujeitos mobilizam estratégias singulares para enfrentar as “normas” instituídas e os sistemas culturais. No campo da moda, se as estratégias correspondem aos discursos e padrões hegemônicos que orientam comportamentos, as táticas se materializam nas apropriações criativas realizadas pelos indivíduos para expressar suas singularidades por meio das visualidades corporais.

4.3. Identidade e pertencimento

Mais do que revelar e comunicar afinidades culturais e posicionamentos ideológicos, o vestir, enquanto linguagem visual carregada de significados, também se revela como forma de expressão identitária. Indagado se acredita conseguir expressar sua identidade, subjetividades e singularidades por meio das visualidades do corpo, o participante identificado como Alexander McQueen afirmou:

Na pecuária de Pontalina, minha cidade, eu fui meio cowboy gótico. Em uma cidade pequena, isso causou estranheza, de certa forma. Mas na minha cabeça eu só estava vestindo couro, uma botina, um chapéu, só que era tudo muito preto, tudo muito metal, muito assim, gótico, meio punk, pro pessoal de lá. Mas era só como eu me via. Eu vim da roça, logo sou meio country, mas eu também expresso uma coisa, dizer que tá indo uma estética que eu admiro, que é o gotismo. E aí eu junto essas coisas, entendeu?

A partir dessa narrativa, podemos observar como o “vestir” constitui um campo da experiência estética, no qual os sujeitos mobilizam objetos, signos e referências culturais para construir visualmente a própria identidade. A combinação entre elementos do universo rural e da estética gótica, conforme relatado demarca uma

operação simbólica de ressignificação do corpo, marcada por tensões entre pertencimento e resistência, tradição e subversão.

A aparência constitui um indício material da existência do sujeito, pois é por meio dela que este participa das diferentes modalidades da ordem social global, compartilhando significantes que possibilitam reconhecimento e interação. Desse modo, a visualidade corporal torna-se “um fator importante para a agregação do grupo, já que a estética é uma forma de pertencimento e de experimentação social” (Abdala, 2010, p. 77).

A fala do estudante identificado como Hubert de Givenchy caminha nesse sentido, atribuindo ao estilo um papel significante:

Definitivamente, é uma coisa que, pra mim, é muito forte. Eu vejo muita gente que fala assim: Ah, eu não ligo tanto pra estilo, pra moda! Mas, ainda assim, o seu estilo fala muito sobre ela, independente do quanto ela, entre aspas, liga para a moda.

É o sentido atribuído a esses significantes compartilhados que orienta a maneira como os sujeitos interpretam, constroem e negociam suas posições no campo social. Hall (2016, p. 21), compreende que “o sentido é o que nos permite cultivar a noção de nossa própria identidade, de quem somos e quem “pertencemos”” são, portanto, os códigos compartilhados pela cultura que permitem que a aparência funcione como linguagem simbólica por meio da qual identidades e pertencimentos são continuamente atualizados.

Assim, a forma como o sujeito se vê comumente distingue-se da forma como deseja ser visto e daquela pela qual é efetivamente percebido pelos outros. Por sua vez, os códigos compartilhados em determinados contextos de interação social, mediados pelas visualidades do corpo, reverberam em práticas coletivas de estilo que produzem vínculos de pertencimento. A fala do participante identificado como Hubert de Givenchy corrobora com essa reflexão:

Uma coisa muito legal que vai acontecendo é que eu consigo formar amizades ou relação com pessoas que são semelhantes ou que têm gostos semelhantes, pelo jeito que eu estou vestida. Por exemplo, eu entro num Uber, aí o cara olha que eu estou, sei lá, usando uma camiseta dos Gorilas, alguma coisa assim. Isso já aconteceu uma vez, que foi muito fofo, por sinal. O cara meio que parou o carro, ele falou assim, não, peraí, você curte música boa, você pode escolher a *playlist* aqui. Aí ele me deu umas opções pra eu escolher o que eu queria escutar e tudo mais, sabe? E eu também tento fazer amizades com pessoas que curtem coisas semelhantes. Minha melhor amiga, por exemplo, a gente é muito fã de Beatles, certo? Aí a gente foi no show do Paul McCartney. Então, quando a gente estava viajando, a gente usou nossa, sei lá, *merchan* dos

Beatles ou alguma coisa que a gente tem no guarda-roupa. Daí fomos encontrando outros fãs que também usavam essas coisas. Então, eu acho que transmito a imagem que eu quero e eu não tendo a ser abordado por pessoas desagradáveis. Felizmente, é uma experiência que eu não tenho. E é mais uma questão de comunidade, eu diria. De ver o seu igual e ir lá, chamar e tudo mais. E ver que, através da expressão da pessoa, você pode estar confortável de ir lá puxar assunto com ela, sabe?

O depoimento do estudante destaca como a imagem corporal atribui sentidos que se articulam no reconhecimento do outro, favorecendo processos de identificação, integração a determinados grupos e construção de pertencimento. Desse modo, práticas aparentemente ordinárias de vestir-se e adornar-se se convertem em dispositivos de comunicação social, por meio dos quais afinidades são reconhecidas e redes de sociabilidade são constituídas. Isso reafirma a moda como um fenômeno cultural estruturante da vida social, capaz de sustentar vínculos simbólicos através e códigos compartilhados e possibilitar o cultivo de pertencimentos coletivos.

A partir das experiências no campo da pesquisa, observo que as representações visuais de si estão atravessadas por transformações significativas no estilo pessoal de cada estudante. Destaco o relato da participante identificada como Christian Dior, que evidencia como o ambiente acadêmico pode se configurar como espaço de maior liberdade expressiva:

Dior: Mudou, mudou um pouco. Eu não vestia muito assim, porque eu morava no interior, então era meio difícil vestir assim. Cidade pequena, porque o povo olhava torto. Aí eu vim aqui pra Goiânia, aí depois eu entrei na faculdade e mudou muito.

Eu: Entendi. Então hoje na faculdade você consegue expressar melhor seu estilo, é isso?

Dior: Sim, isso. Acho que a faculdade me deixou mais com liberdade pra isso.

Eu: Então, o fato do seu estilo ter mudado decorreu, dessa liberdade que você sente lá na FAV?

Dior: Isso. Foi. Eu vi que todo mundo se expressava de um jeito diferente. Eu pensei que eu não podia ficar com medo também de me expressar assim.

No contexto universitário, especialmente em um curso como o de Design de Moda, onde a pluralidade estética tende a ser mais visível e legitimada, o estudante encontrou condições mais propícias para experimentar e afirmar suas visualidades corporais. Desta forma, o corpo e as suas visualidades tornam-se não apenas meios de afirmação subjetiva, mas também estratégias de negociação com os códigos normativos vigentes em diferentes contextos sociais. Nessa direção caminhou a fala da participante identificada como Donatella Versace:

Porque eu sinto que no ensino médio eu queria muito me encaixar e, inclusive, eu acho que é por isso agora que, sei lá, tento.... Eu sinto que tinham muitas

peessoas que tinham mais dinheiro do que eu. Eu sempre entendi isso. A minha mãe, inclusive, me alertou quando eu fosse entrar, que era uma escola de pessoas que são muito diferentes de mim. E, de certa forma, eu tentei me encaixar no mundo dessas pessoas enquanto eu estava no ensino médio e não funcionou. Eu não tinha nada. Então, também tentava mentir como as pessoas estavam se vestindo por essa busca de pertencimento. Por essa busca de reconhecimento e pertencimento e tal. E quando eu entrei na faculdade, eu me senti num quadro branco. Eu sabia que eu queria mudar. Eu comecei a mudar, imediatamente que eu saí do ensino médio, inclusive. Comecei a mudar porque sabia que aquilo ali não era eu. Tipo, o que de fato me representava.

Os relatos das entrevistas dão pistas de como os sujeitos constroem os “cenários” nos quais se movimentam, ajustando a aparência, a linguagem corporal e os modos de apresentação de si a fim de produzir determinados efeitos interpretativos. Desse modo, a apresentação de si configura-se como uma prática estratégica por meio da qual o indivíduo procura regular a forma como é percebido, respondendo às demandas e convenções sociais que estruturam a vida coletiva, na medida em que as visualidades do corpo operam como uma linguagem de aproximação ou de distanciamento social.

Nesse sentido, a fala da estudante identificada como Madeleine Vionnet, ao ser questionada se pessoas pertencentes aos mesmos grupos se vestem de maneira semelhante, ressalta a dinâmica de aproximação simbólica mediada pelo vestir:

Eu: Você considera que pessoas dos mesmos grupos se vestem de formas parecida?

Vionnet: Ah, eu acho que sim, tanto é que eu vi uma pessoa que era próxima, que começou a se vestir de maneira diferente quando ela começou a andar com outras pessoas. Ela era uma pessoa mais básica, com estilo mais romântico e ela começou ali a se vestir de uma forma mais gótica, porque a amiga dela era gótica. Eu acho que tem sim isso.

Eu: Entendi. Então você percebeu que essa colega estava se vestindo de uma forma para se aproximar do grupo de pessoas que ela que ela estava andando. E você já sentiu isso de alguma forma vindo de você?

Vionnet: Sim, eu acho que sim. Principalmente quando a gente é mais nova. A gente tem muito isso de querer ser igual às outras pessoas. Tanto é que eu lembro, não na faculdade, que fiz isso. Eu fiz mais quando eu era adolescente mesmo. Por exemplo, quando eu via minhas amigas usando roupa mais sexy, eu queria ser essa pessoa sexy, só que depois eu percebi que eu não era realmente, e que eu não queria realmente ser, eu só queria pertencer àquele ambiente. Tanto é que uma vez eu experimentei uma roupa e minha mãe falou assim: Mas essa roupa não tem nada a ver com você! E aí eu parei pra refletir, realmente essa seria uma roupa que seria desperdiçada no meu guarda-roupa, se eu parar de ter essa amizade presente, sabe?

O relato traz reflexões sobre como os modos de vestir-se e adornar-se podem funcionar como um recurso de negociação identitária, mobilizado estrategicamente em contextos de socialização. Ao reconhecer que determinadas escolhas estéticas não

correspondiam à sua identidade, mas a uma tentativa de pertencimento, a estudante explicita o caráter relacional e situado das identidades.

Por sua vez, o estudante identificado como Yves Saint Laurent, ao ser questionado se considera que pessoas pertencentes aos mesmos grupos se vestem de maneira semelhante, afirmou:

Bom, se eu for olhar assim, mais pro lado do meu grupo, eu acredito que não. Eu acho que cada um tem um pouco da sua personalidade. A gente observa isso bastante, e sempre comentamos sobre isso. Uma vez que a gente saiu para uma exposição e foi todo mundo vestido com peças brancas e pretas. E cada um ali buscou combinar essas peças de uma maneira que se encaixasse no estilo de cada um. Então tem um pouco dessa diferença.

Embora o estudante afirme, inicialmente, não perceber semelhanças no modo de vestir entre os integrantes de seu grupo, a própria narrativa revela a presença de elementos compartilhados, como a recorrência de uma paleta cromática semelhante, que opera como marcador simbólico de pertencimento coletivo. Ainda que tais elementos sejam apropriados de maneira singular por cada indivíduo, observo a existência de uma base estética comum que articula, simultaneamente, individualidade e coletividade.

Nesse sentido, destaco a fala do estudante identificado como Hubert de Givenchy, homem trans, ao refletir sobre a forma que expressa as suas visualidades do corpo em diferentes contextos:

Eu: A forma que você expressa as suas visualidades do corpo no seu contexto social é a mesma do que no contexto acadêmico?

Givenchy: Eu diria que sim, definitivamente, eu acho que é uma coisa que é muito importante pra mim, eu estar me sentindo aceito e confortável nos ambientes que eu frequento, até porque é aquela questão que eu falei, você vai se desenvolvendo como pessoa, você vai se encontrando, você também vai encontrando locais e comunidades que são alinhados com você, sabe? Eu acho que isso é uma experiência muito importante, especialmente pra quem é da comunidade LGBT no geral, pra quem tem um estilo talvez um pouco mais fora do padrão. Eu acho que essa questão de comunidade é muito importante. E aí, eu vou conhecendo pessoas que são diferentes, mas eu acho que todo mundo que é de certa forma meio destoante, no geral, a gente consegue ter assuntos em comum, convívios em comum e tal. Então, por mais que eu não seja igual a uma pessoa X ou uma pessoa Y, sabe? Que tenham muitas diferenças entre nós, até de estilo, a pessoa pode não ter nada a ver com o que eu considero meu estilo ou as minhas preferências. Eu acho que é bom assim, é fácil se comunicar porque é uma experiência em conjunto.

A fala de Givenchy revela como a performatividade das visualidades do corpo desempenha um papel crucial na construção de pertencimento e reconhecimento, especialmente para sujeitos da comunidade LGBTQIA+. Através da repetição cotidiana

de estilos e escolhas estéticas que subvertem os padrões normativos, o vestir torna-se uma prática performativa capaz de afirmar identidades dissidentes. Nessa direção, também me chamou a atenção a fala da participante identificada como Coco Chanel, ao relatar o impacto de seu processo de descoberta da bissexualidade na forma como passou a se vestir:

Eu sou bissexual e quando eu comecei a me descobrir bissexual, eu tinha meus 16 anos, eu acho, quando eu me assumi. É, meus 15, 16 anos. Depois disso, eu comecei a me vestir diferente - Tudo bem que também estava na época dessa moda! Mas, eu antes sempre me vestia mais com roupas mais justas, até para festas - as coisas que a gente via com as amigas. Era sempre com um vestido, uma saia curta, uma blusinha mais apertada. E, aí eu mudei totalmente. Comecei a vestir camisã, a vestir camisa de botão, coisa mais larga, calça, bermuda, essas coisas. Isso eu sei que mudou muito a minha forma de vestir. Quando eu estava começando, é essa identificação! Por eu na época não ter tanto assim... eu tinha apenas algumas amigas que estavam ali também passando pela mesma coisa. Então a gente acaba se pegando também em como essas pessoas se vestiam.

O relato demonstra como a construção da identidade de gênero se manifesta no campo das visualidades corporais, revelando o vestir como uma prática de afirmação subjetiva. A escolha por determinadas peças de vestuário emerge como estratégia de alinhamento entre corpo, gênero, identidade e pertencimento, sendo também influenciada pelas referências visuais e culturais disponíveis no contexto do indivíduo. Trata-se, portanto, de uma experiência que confirma a moda como linguagem situada, atravessada por marcadores sociais e afetivos.

Dessa forma, a moda atua como uma linguagem relacional, capaz tanto de promover aproximações quanto de demarcar afastamentos sociais, revelando seu papel central na mediação das dinâmicas identitárias no contexto investigado.

A fala da estudante identificada como Miuccia Prada, ao ser questionada se já se sentiu de algum modo excluída ou invisibilizada em razão de suas formas de expressar seu corpo e sua personalidade, também destacou esses efeitos no contexto social:

Eu: Você já se sentiu de algum modo excluído ou invisibilizado na faculdade em razão das suas visualidades do corpo?

Prada: Em geral, já me senti sim. Às vezes eu sinto que por mais que esteja arrumada, as pessoas em volta estão bem melhor. Então, penso: Poxa, eu tentei me arrumar, mas eu acho que eu não consigo chegar ao nível do pessoal aqui! Então, às vezes eu me sinto um pouco assim, sabe? É isso.

Eu: Mas você está se referindo à faculdade?

Prada: Não, em geral. Porque, às vezes, a gente se compara muito com os outros! Às vezes, eu saio de casa sentindo que eu me arrumei bastante, eu chego num local e eu sinto que eu nem chego nem aos pés das pessoas ali,

sei lá, porque eu fico me comparando com os outros. E aí, eu me sinto mais retraída.

Eu: Você quer dizer, tipo numa festa, um evento, um bar... São lugares assim que você se refere?

Prada: Uhum.

Eu: Entendi. E como que é esse sentimento estando dentro do curso?

Prada: No curso eu não tenho tanto isso. Eu realmente sinto que é um lugar mais livre.

Os relatos destacam como a moda atua na produção de fronteiras de pertencimento e exclusão, demonstrando que a possibilidade de “acompanhar um estilo” não se reduz a uma escolha individual ou a uma preferência pessoal, mas encontra-se profundamente condicionada por desigualdades sociais e econômicas que estruturam o espaço social, bem como por processos constantes de comparação com o outro, que produzem sentimentos de inadequação e retraimento em determinados contextos.

Outra fala de *Miuccia Prada*, por sua vez, revela tensionamentos entre pertencimento e representação, desta vez destacados pela ausência de pluralidade de corpos no contexto acadêmico. Ao ser questionada sobre sua percepção de pertencimento e representatividade no curso, declarou:

Eu: Você se sente pertence/ representada pelo grupo de estudantes do curso?

Prada: Eu acredito que sim. Eu me sinto pertencente ali. Mas a questão de representada, nem tanto. Porque, às vezes... eu tive alguns problemas com isso em alguns outros anos. Que é a questão de: Tá, eu pertenço aqui, mas eu sinto que aqui de fato não estou representada! Porque são poucas pessoas na faculdade que tem um biotipo parecido com o meu, que são mulheres gordas e tudo mais. Então, às vezes, é o sentimento de que, tipo, está todo mundo... só os professores, por exemplo, estão fazendo roupas pensando em roupas para pessoas magras e tudo mais. Isso me deixa um pouco, meu Deus, cadê? O que eu faço aqui? Me ajuda com isso, eu preciso de um algo também para me representar aqui, sabe? Tive muita dificuldade, por exemplo, em aula de costura. Porque, eu não sei se você já foi na sala de costura, mas os moldes lá são todos 38 e 40. E aí, a gente precisa de atividade para as peças. E aí, eu sempre tinha que ir para aula de modelagem para tentar mudar tudo. E aí chegou, tipo, no Costura 3, que era quando a gente fazia as peças do nosso tamanho, eu já sabia, porque não dava pra pegar os moldes dali. Então, essa parte eu ficava meio, não me sinto, sabe, parte disso aqui.

Ao compartilhar suas experiências no curso, a estudante explicitou como percebe que certos corpos ainda não são considerados em ambientes institucionais. Por outro lado, a estudante salienta que, diante do sentimento de ausência de representatividade decorrente da limitada diversidade de tamanhos nos moldes, a sua experiência não é marcada por uma reação de enfrentamento ou contestação, mas sobretudo, por silenciamento.

4.4. Dinâmicas de poder e normatividade

As dinâmicas de poder e normatividade no contexto do universo da moda, reflete-se na existência de regramentos, assim como de pressões normativas que incidem sobre as visualidades do corpo, orientando modos de vestir, comportamentos e formas de apresentação consideradas adequadas, desejáveis ou legítimas em determinados contextos sociais. No âmbito acadêmico do curso de Design de Moda da UFG, ao serem questionados sobre a existência de normas de vestimenta ou padrões de estilo e comportamento quatro, dentre os dez estudantes entrevistados, afirmaram perceber uma pressão relacionada ao risco de serem considerados “básicos demais”.

A estudante identificada como Cristóbal Balenciaga expressa essa percepção ao afirmar:

Na verdade, na FAV eu acho que é um pouco menos, porque não sei se as pessoas reparam tanto nas roupas quanto a gente da moda. Mas acho que, ainda assim, tem um pouco desse julgamento que é o contrário de outros lugares, em que você é julgado por você ser mais diferente do que as outras pessoas, aqui na FAV já é por você ser um pouco mais básico. Eu acredito nisso.

De modo semelhante, o estudante identificado como Alexander McQueen também reconhece a existência de uma cobrança implícita relacionada à aparência no curso:

Eu: Você considera que há normas de vestimenta ou padrões de estilo e comportamento, explícitas e/ou implícitas, no contexto acadêmico, dentro do curso de Design de Moda da UFG?

MacQueen: Na FAV, no geral, e as pessoas se vestem muito bem. Então, eu creio que, pra resumir, eu diria que o pessoal lá da faculdade tem que estar muito atualizado. Obviamente não tem problema nenhum, por exemplo, se eu decidir ir de chinelo, short e regata, ou uma camiseta lisa pra faculdade, não tem problema. Mas, vai ser olhado tipo assim: Nossa, qual que é o sentido? Por que essa pessoa tá assim? Óbvio que não é alvo de chacota, nada mesmo. É algo causa estranheza pela normalidade.

Eu: Pelo o que eu estou entendendo é como se de forma implícita, às vezes, ser básico demais e não trazer nenhuma referência de estilo pudesse ser, assim, uma questão. É isso?

MacQueen: Sim, porque, por exemplo, o estilo mais minimalista, ele não é básico, ele é minimalista. Tem uma razão para ele existir daquela forma que ele existe. Entendeu? Mas é justamente isso mesmo, tipo assim, vestir básico comum.

Eu: Então, de certo modo, espera-se dos estudantes de moda que exista algum elemento de estilo que os diferencie?

McQueen: Sim, que fala, eu faço moda! Eu sei o que eu estou vestindo. E, de algum modo, você já se sentiu pressionado em razão disso? Ah, com certeza. Eu acho que toda vez que eu tenho que ir pra faculdade, eu tenho que planejar a minha roupa, sabe!? Eu não vou fazer um desfile, eu não vou me apresentar para um público muito grande, até porque de noite na FAV não tem muita gente, tem só gente de moda mesmo. Mas eu planejo minha roupa para chegar lá e eu me sentir incluído naquele ambiente. Só pra eu me sentir bem, pra eu fazer parte, de certa forma.

A partir desses relatos, percebi que as/os estudantes reconhecem a presença de expectativas normativas relacionadas às visualidades do corpo no contexto acadêmico, ainda que tais normas não sejam formalizadas. Trata-se de pressões simbólicas que operam de maneira difusa, entre as/os estudantes, produzindo julgamentos e expectativas sobre a aparência, especialmente no que se refere à necessidade de expressar informação de moda, personalidade e distinção estética. Nesse sentido, a percepção que inicialmente compreendi como positiva — de que as/os estudantes do curso de Design de Moda, em geral, se destacam por seus estilos — revelou-se, para algumas pessoas participantes da pesquisa, também como um fator gerador de pressão social.

Nessa mesma direção, também destaco os relatos das participantes identificadas como Madeleine Vionnet e Coco Chanel. Quando questionadas sobre a existência de normas de vestimenta ou padrões de estilo e comportamento, explícitos ou implícitos, no contexto acadêmico do curso de Design de Moda da UFG, afirmaram:

Vionnet: Acredito que tem um pouco, assim, dessa regra. Quando a pessoa é muito básica, as pessoas meio que julgam um pouquinho. Nossa, você tem que tentar pelo menos trazer um pouquinho de informação. Nem que seja um acessório, uma coisa básica, mas tem que ter um pouquinho de personalidade, sim.

Chanel: Existe uma certa cobrança, eu acho. Tem esse mito de que todo mundo vai arrumado. Eu sinto que os alunos mais novos, acho que estão no terceiro, ou no... ah os alunos mais novos. Na minha turma ainda tem muita gente que, tipo assim, vai de uniforme do trabalho, ou vai tranquilo, sabe? É, confortável pra faculdade. Tem gente que pensa mais, mas não é a regra, eu sinto na minha turma. Nas outras turmas eu já sinto que existe talvez uma certa cobrança. Eu vejo que a galera se monta mais, sabe? para ir para a faculdade. Mas, mesmo assim, ainda não é muito, não existe julgamento, eu acho. Não sinto que existe julgamento ali dentro. Apesar que, eu já vi, ano passado, teve um problema, foi com a turma que está hoje no terceiro período, quando eles entraram. Nossa, o povo ouvia eles falando no corredor tipo - *nossa senhora, mas fulana faz moda e vem pra faculdade desse jeito?*

Eu: tipo em relação a pessoa ser básica demais?

Chanel: É, foi justamente um comentário que uma menina fez, ela falou, tipo assim - *Ah, não existe a Fubanga City, a minha turma é a Basicasópolis, alguma coisa assim.*

Tais relatos explicitam a existência de códigos entre as/os estudantes, que operam como normativas estéticas no interior do curso, produzindo sentidos sobre pertencimento, adequação e reconhecimento. O que, à primeira vista, poderia ser compreendido como valorização da expressão individual, revelou-se, em alguns contextos, como uma exigência de performar criativamente, de modo a atender expectativas estéticas.

No mesmo sentido, ao serem questionados sobre a existência de normas de vestimenta ou padrões de estilo e comportamento — explícitos e/ou implícitos — dois, dentre os dez estudantes entrevistados, afirmaram perceber um regramento implícito relacionado ao uso de roupas muito curtas, justas ou decotadas. Destaca-se, nesse contexto, a fala da participante identificada como Donatella Versace:

Eu: Você considera que há normas de vestimenta ou padrões de estilo e comportamento, explícitas e/ou implícitas, no contexto acadêmico, dentro do curso de Design de Moda da UFG?

Versace: Olha, eu acho que sim, mas eu acho que eu ainda não senti muito isso na pele. Eu acho que eles existem, porque eu já ouvi pessoas na minha volta comentarem sobre, mas eu nunca senti muito isso. Inclusive, teve uma vez que a gente estava falando de uma professora nossa, que ela se veste muito bem, a gente estava elogiando e ela falou: Gente, realmente é saber onde você está e tentar se vestir adequadamente para o lugar. Não vou vir dar aula com um decote enorme, entendeu? E aí, eu sinto que existe, mas que na nossa faculdade, talvez não seja tanto porque a gente faz moda, né? Mas eu sinto que ainda não é algo que eu senti essa pressão, sabe?

A fala da participante me chama a atenção por trazer à superfície a noção de adequação mediada pelo vestir no contexto acadêmico. Dessa forma, torna-se pertinente problematizar em que medida tais regramentos implícitos se aproximam de pressões sociais vinculadas ao poder disciplinar e em que medida podem ser compreendidos como formas de adequação situacional.

A reflexão suscitada pela fala da estudante conduz à indagação sobre a própria existência da ideia de adequação: seriam, portanto, impertinentes quaisquer diretrizes de vestimenta associadas a ocasiões, ambientes ou contextos culturais específicos? Ou, ao contrário, todo e qualquer regramento relativo ao vestir no contexto acadêmico configuraria necessariamente uma forma de pressão normativa sobre os sujeitos? Acredito que não!

As pressões normativas da moda podem produzir, nos sujeitos, sentimentos de obrigação, autocensura e, em muitos casos, de não pertencimento. Chamou-me a atenção a recorrência, nos relatos de estudantes do receio de julgamento associado às visualidades do corpo, especialmente no que diz respeito ao consumo, à legitimidade estética e as demarcações hierarquizadas no campo da moda.

A estudante identificada como Cristóbal Balenciaga, ao ser questionada se já se sentiu excluída ou invisibilizada na faculdade em razão de suas visualidades do corpo, afirmou:

Eu: Você já se sentiu de algum modo excluído ou invisibilizado na faculdade em razão das suas visualidades do corpo?

Balenciaga: Não... mas já teve pessoas nas aulas que mostraram esse tipo de pensamento de ficar julgando os outros, assim, que não fazia muito sentido. E não tinha porquê abrir essa discussão no momento, aí a pessoa ficou como se ela fosse melhor, por consumir marcas autorais goianas, sendo que a maioria, o preço é bem caro. Aí tem esses julgamentos sim, eu acho que tem sim pessoas que pensam assim, mas não chega a ser um grupo todo. Tipo, não faz muito sentido, consumir o que é local se não te representa, eu entendo assim. Inclusive tem uma marca que eu gosto que se chama. Achei Super *Cool*. Eu gosto mesmo deles, aí eu vou olhar pra comprar é 300, 400 reais.

Eu: Eu não conheço, como chama?

Balenciaga: Achei super *cool*. É de *upcycling*. É bem legal assim todos os projetos da marca, todas as roupas. Mas, preços que eu não tenho como pagar no momento. Aí, assim, eu não sou pior que outras pessoas que conseguem pagar, ou por usar Shein ou coisas assim. E tem gente que fica: Nossa, comprei dessa marca aqui e você não, então, eu estou melhor que você e eu valorizo a moda local, nacional e você não!

O relato revela como determinadas escolhas de consumo podem ser mobilizadas como marcadores simbólicos de distinção, produzindo comparações e julgamentos que reforçam as desigualdades, ainda que de forma difusa e não institucionalizada. A narrativa do participante identificado como Yves Saint Laurent também explicitou tais dinâmicas. Ao ser questionado sobre sua identificação com os grupos sociais que frequenta, o participante afirmou:

YSL: Assim, se eu for olhar ali, por exemplo, na faculdade, se eu for olhar no geral para a minha turma desse período, acredito que sim, eu me sinto muito bem lá. Eu gosto muito da turma por ser pessoas vindo de diversos lugares, então acaba que todo mundo se sente bem. Mas olhando para um contexto geral, de dentro da faculdade, principalmente de moda, eu fico meio assim, ainda. Não totalmente aceito ali dentro, porque tem pessoas ali que são de classes sociais bastante elevadas, então você fica meio assim ainda, com um pouco do pé atrás com elas.

Eu: Entendi. E nos outros ambientes que você frequenta?

YSL: Ah, nos outros ambientes eu acredito que também. A mesma coisa. Só quando vai pra algum ambiente assim mesmo que é bem mais elevado, assim, digamos, socialmente. Não fica assim ainda. Mas eu tento fingir também que faço parte daquele lugar. Pra não ficar uma coisa assim muito diferente.

Eu: Entendi. De certo modo para você se sentir pertencente.

YSL: Isso.

O relato desta os tensionamentos entre pertencimento e representação, os quais se manifestam de forma particularmente acentuada em contextos atravessados por desigualdades de classe social. Ao declarar que "tenta fingir" pertencer a determinados espaços, o participante explicita os mecanismos sutis de exclusão e de autoajuste que modulam sua relação com os ambientes institucionais e sociais que frequenta – sobretudo aqueles vinculados ao campo da moda, em que o capital simbólico e o capital econômico frequentemente se sobrepõem como critérios de legitimação das visualidades corporais. Nesse cenário, o corpo passa a operar como um marcador de

distinção e como um campo de disputa por reconhecimento, onde são ativadas estratégias subjetivas para negociar pertencimentos e minimizar dissonâncias.

De modo semelhante, a estudante identificada como Donatella Versace, ao refletir sobre seus processos de identificação em diferentes contextos sociais, destaca o medo do julgamento como fator que impacta diretamente suas práticas de vestir:

Eu: Você se identifica com as pessoas dos grupos sociais e acadêmico que você pertence?

Versace: Então, eu não costumo sair tanto de casa assim, por exemplo, eu não trabalho. Mas a maioria das vezes que eu vou em bar, com a minha família, com o meu irmão, por exemplo, eu não costumo me identificar muito. Eu fico um pouco avulsa, mas com as minhas amigas eu acho que me identifico mais. Em festas de família eu tenho muita dificuldade, eu não me identifico, eu fico muito nervosa inclusive na hora de me vestir para ir pra festa de família da vontade não ir.

Eu: E você sabe o que te leva a não se sentir tão motivada a se vestir para festas de família?

Versace: É, eu acho que é porque não me identifico muito com a linha de estilo da minha família. E também porque eu tenho medo de eles estarem julgando, eu sei como eles são, porque eu cresci nesse ambiente, então eu fico um pouco retraída. A minha mãe mesmo, ela nunca fez isso, nem meu pai, é mais meus parentes, sabe!? Então eu fico muito nervosa, tipo: Ai, o que eu vou vestir? O que vai parecer? Será que vai combinar? Entendeu? Eu fico muito nervosa!

Eu: Entendi. Por outro lado, pelo que me falou, isso já não acontece dessa mesma forma quando você está indo para a faculdade, certo?

Versace: Não, nossa, eu adoro me vestir para ir para faculdade. Eu acho que é a coisa mais fácil. Eu meio que espero muito isso durante o dia, sabe?

As falas revelam que o receio de julgamento não se manifesta de maneira homogênea em todos os espaços, mas varia conforme os contextos socioculturais e os códigos de pertencimento que os atravessam, estando, portanto, também relacionado a dimensões emocionais e a processos subjetivos de maturidade individual. Nesse sentido, é importante destacar que as/os estudantes encontram-se em uma fase de formação de suas identidades sociais, e o ambiente acadêmico, configuram-se não apenas como espaços de ensino formal, mas também como locais de intensa socialização e interação social, nos quais normas, expectativas e negociações identitárias são continuamente produzidas.

Essas reflexões aproximam-se, em alguma medida, das reflexões de Pierre Bourdieu (1989) sobre os sistemas simbólicos. Para o autor, práticas sociais reiteradas integram um conjunto de esquemas de percepção e ação partilhados coletivamente, sustentados por sistemas simbólicos que estruturam tanto a comunicação quanto a interpretação do mundo social. O poder simbólico, assim, atua como uma forma de imposição discreta, porém eficaz, definindo valores, gostos, distinções e possibilidades

de reconhecimento social, contribuindo para a reprodução das estruturas de poder que conformam a vida coletiva.

A reflexão de Bourdieu acerca dos sistemas simbólicos encontra um campo particularmente expressivo na moda, na medida em que as roupas, os códigos estéticos, as tendências e até mesmo os modos de uso constituem um repertório simbólico compartilhado que orienta tanto a leitura quanto a apresentação dos corpos no espaço social. Assim, a moda opera como um sistema classificatório que distingue, ordena e hierarquiza, atribuindo valor a determinados estilos, silhuetas, marcas ou comportamentos estéticos.

A fala abaixo da estudante identificada como Donatella Versace revela de forma contundente a internalização - muitas vezes inconsciente – dessas hierarquias. Embora afirme gostar de se vestir para ir à faculdade, a estudante reconhece que essa prática também é atravessada por pressões, inseguranças e autocobrança, evidenciando a incorporação de expectativas normativas relacionadas à aparência:

Eu: A forma que você expressa as suas visualidades do corpo no seu contexto social é a mesma do que no contexto acadêmico?

Versace: Sim, eu acho que sim. Eu gosto muito de me vestir para ir para a faculdade. Então, eu acabo me arrumando bastante. E eu gosto sempre de estar bem arrumada. Acho que de certa forma, me pressiono a isso.

O poder simbólico, entendido como a capacidade de construir e impor uma determinada visão de mundo atua de maneira sutil e contínua, frequentemente com a cumplicidade daqueles que o experienciam. A fala da estudante expõe como o poder simbólico da moda opera também através de processos de interiorização que conduzem os sujeitos à autorregulação, naturalizando exigências estéticas e convertendo-as em disposições incorporadas, muitas vezes percebidas como escolhas individuais e espontâneas.

Assim como a linguagem, a moda funciona como instrumento de comunicação e legitimação social. Ela naturaliza diferenças ao transformar preferências estéticas em marcadores de distinção — muitas vezes percebidos como escolhas individuais, quando, na verdade, estão profundamente vinculados às posições sociais dos sujeitos e naquilo que orienta suas disposições e gostos.

A fala da participante identificada como Christian Dior também põe em destaque essa articulação entre hierarquização associada à aparência, distinção e práticas estéticas, ao relatar dificuldades de identificação no contexto acadêmico em razão das desigualdades socioeconômicas:

Eu: Você se identifica com as pessoas dos grupos sociais e acadêmico que você pertence?

Dior: De modo geral, sinto sim, mas na faculdade eu me sinto um pouco distante, porque tem a diferença de classe social. Mas, de modo geral, sim, eu sinto. E quando você fala de classe social, você tá dizendo que tem algumas pessoas que você não se identifica tanto. E por qual motivo? É por causa que elas têm um nível financeiro maior que o meu, e eu acho não conseguiria acompanhar o estilo delas.

No universo da moda, essas fronteiras tornam-se perceptíveis quando determinados modos de vestir são legitimados como superiores, associados ao “bom gosto”, ao refinamento ou ao prestígio, enquanto outros são desvalorizados ou invisibilizados. Tal dinâmica revela o funcionamento da moda como mecanismo de poder simbólico e condução de condutas que, ao consagrar certas estéticas como desejáveis ou normativas, contribui para a reprodução das desigualdades sociais e para o reforço das fronteiras que delimitam posições e possibilidades de reconhecimento no campo social.

No âmbito do Curso de Design de Moda da UFG, me chamou a atenção o fato de que a maior parte das/os estudantes entrevistadas/os afirma a existência de normas de vestimenta ou de padrões de estilo e comportamento, explícitos e/ou implícitos, no contexto acadêmico. Em alguns desses casos, as/os estudantes relataram já ter se sentido, de algum modo, excluídos ou invisibilizados na faculdade em razão de suas visualidades corporais; contudo, observa-se que, majoritariamente, não houve reação ou enfrentamento diante dessas experiências.

A fala do estudante identificado como Yves Saint Laurent, ao refletir sobre a presença de julgamentos implícitos relacionados ao vestir no curso, ajuda a pensar sobre essa questão:

Eu: Você considera que há normas de vestimenta ou padrões de estilo e comportamento, explícitos e/ou implícitos, no contexto acadêmico, dentro do curso de Design de Moda da UFG?

YSL: Eu acho que não, acho que é muito livre, você pode se vestir da maneira que quer, mas.... eu acredito que ali se você não for, assim um pouco estiloso, você fica ali meio sendo julgado, eu acredito. Você consegue sentir isso no olhar também. Porque eu acho que muitos pensam assim: Ah, tá fazendo moda e não sabe se vestir direito! Coisas assim.

Eu: Você está querendo dizer que ser muito básico seria um pouco problemático?

YSL: Sim, eu acredito que sim, na visão geral.

Eu: E você, de alguma forma, já se sentiu pressionado?

YSL: Eu acho que sim, pelo fato de eu ir mais básico, alguns dias. Aí eu fico meio assim, pensando: ah, deveria ter colocado tal coisa, experimentado outro tipo de roupa, coisas assim. Porque tem dias que eu vou muito cansado pra aula, porque esse semestre eu estou pegando núcleo livre. Aí penso: ah, eu vou com qualquer roupa, uma camisa de time mesmo, e vou com uma coisa

mais básica. Tem vezes que você se sente um pouco pressionado também, porque a pessoa fulana ali do seu lado está bem, bem vestida e você está aquela coisa bem básica.

Eu: Entendi. E aí, como você reage frente a isso?

YSL: Tipo assim, no dia pode ocorrer de eu ir mais simples, me sentir desconfortável, mas penso: Ah, já que eu vim, já que eu tô aqui, eu vou ficar, mesmo vestido desse jeito e tal, não vai ter como mudar, mas eu penso que no outro dia eu poderia vir vestido melhor.

A fala do estudante revela que, ao sentir-se desconfortável, pressionado, julgado diante de pressões normativas implícitas no contexto acadêmico, sua reação foi no sentido da adequação, manifestada pelo desejo de “se vestir melhor” em ocasiões posteriores, demonstrando processos de autorregulação e interiorização das expectativas estéticas.

O sociólogo Erving Goffman (1975) propõe o conceito de estigma social como um processo por meio do qual alguns atributos, comportamentos ou reputações são negativamente valorizados, levando o indivíduo a ser desqualificado socialmente e percebido como indesejável ou desviante. O estigma, assim, se refere às identidades desvalorizadas por mecanismos de classificação social que produzem expectativas e exigências consideradas normais pelos membros de um determinado grupo.

Segundo Goffman (1975, p. 12), “a sociedade estabelece os meios de categorizar as pessoas e o total de atributos considerados como comuns e naturais para os membros de cada uma dessas categorias”. Desse modo, o estigma não deriva do atributo em si, mas da relação entre esse atributo e os estereótipos socialmente construídos que definem o que é considerado legítimo, aceitável ou “normal”. O processo de estigmatização, portanto, é eminentemente social, resultando da incongruência entre as características de um indivíduo e as expectativas normativas que estruturam as interações sociais.

A fala da estudante identificada como Miuccia Prada, ao ser questionada sobre a existência de uma relação entre corpo e moda, expõe como tais expectativas normativas incidem sobre as experiências corporais e estéticas:

Bom, entre corpo e moda... Eu sou uma mulher gorda. Então, pra mim, moda é uma outra visão. Porque a pessoa fala, ah, tem que vestir fica aquilo que vai cair bem em você e tudo mais. Só que eu penso totalmente ao contrário. Eu penso, tem que se vestir com aquilo que a gente gosta. Porque, às vezes... eu tenho um corpo triangulo invertido, então, algumas peças não ficam bem em mim. Tem peças, tipo, mangas bufantes. Não ficam, mas eu amo mangas bufantes. Então, a relação de corpo e moda, a questão é que eu sinto que as pessoas, pelo que eu vejo no curso, tentam combinar muito biótipo, mas eu sinto que é mais personalidade em questão, sabe?

A fala do estudante identificado como Hubert de Givenchy, quando perguntei sobre a existência da relação entre corpo e moda, explicitou a articulação entre vestuário, identidade de gênero e experiência corporal. Ao refletir sobre sua trajetória enquanto homem trans, o participante evidenciou como a relação com o vestir é atravessada por vivências de disforia corporal, por expectativas normativas de gênero e por processos de construção de conforto e autenticidade em relação ao próprio corpo:

Definitivamente. Eu, assim, acho que a minha pergunta é meio, um pouco, minha resposta é se tem um pouco a ver com a identidade de gênero, certo? Porque como uma pessoa trans, a gente, muitos de nós, eu incluso, a gente sente disforia corporal. E aí, é uma questão que a gente tem que conviver com o nosso corpo, sabendo que a gente quer passar por várias mudanças. Muitos de nós acabam fazendo transição, eu também estou quase um ano fazendo tratamento hormonal. E todas as mudanças que vão acarretando, você acaba construindo um estilo que vai te fazer confortável com o seu corpo, certo? É uma grande questão pra mim, por sinal, conseguir achar um estilo em que eu esteja confortável. Eu me sentia meio que na obrigação de usar roupas femininas, porque, eu acho que eu convivia num meio que era tipo assim: você tem que se vestir assim, assado e tudo mais, e que isso é o que todo mundo espera, sabe? E eu sempre soube que lá no fundo eu não era nem um pouco confortável com um estilo mais feminino.

O participante aprofunda sua reflexão ao abordar os deslocamentos em sua trajetória identitária e suas repercussões diretas na maneira de se vestir:

Eu me sentia meio que na obrigação de usar roupas femininas, porque eu convivia num meio que era muito, tipo, você tem que se vestir assim, assado e tudo mais, porque é isso é o que todo mundo espera. E eu sempre soube que lá no fundo eu não era nem um pouco confortável com um estilo mais feminino, de usar, sei lá, saia, de usar blusa decotada, de usar essas coisas todas, sabe? E eu nunca tive um estilo, assim, super masculino, pra ser sincero. Tipo assim, eu não uso muito bermudão e essas coisas assim, sabe? Mas eu sempre considerei que era um estilo mais do andrógono pro masculino, sabe? E aí acabou que justamente quando eu consegui ter mais conforto com a minha identidade, a minha expressão e através da transição mais conforto com o meu próprio corpo, eu comecei a ter mais conforto com várias outras roupas no geral. Inclusive, hoje em dia eu uso saias longas de vez em quando, não muito frequente, mas eu gosto. Eu acho que hoje em dia, eu sou mais confortável comigo, não pega tanto como pegaria quando eu era adolescente, por exemplo.

Esses relatos revelam como a expressão de gênero é continuamente negociada entre as expectativas normativas do meio social e as vivências subjetivas de desconforto, reconhecimento e autenticidade. Ao apontar a transição de gênero como um elemento que ampliou suas possibilidades estéticas, Givenchy explicita como o reconhecimento e a aceitação de sua identidade favoreceram uma relação mais livre, reflexiva e criativa com o vestir.

As narrativas da/do Miuccia Prada e Hubert de Givenchy tensionam discursos normativos que associam o vestuário adequado à conformidade com determinados biótipos e gêneros, deslocando a centralidade da adequação corporal para a afirmação da personalidade, do desejo e do conforto subjetivo. Ao fazê-lo, revelam como os processos de estigmatização operam no campo da moda, ao mesmo tempo em que apontam para possibilidades de resistência simbólica, ancoradas na valorização da subjetividade, da autonomia estética e da experiência vivida do corpo.

Goffman (1985), ao interpretar a vida social, parte da compreensão de que, no convívio cotidiano, os indivíduos apresentam sempre uma representação de si, isto é, uma performance construída para o olhar do outro. Para o autor, o sujeito não se mostra de forma integral ou autêntica em todas as interações; ao contrário, ajusta continuamente sua imagem conforme o contexto, as expectativas e as normas que regem cada situação.

É nesse horizonte que Goffman desenvolve o conceito de máscaras sociais, mobilizando a metáfora do teatro para explicar como as pessoas desempenham diferentes papéis em distintos cenários sociais. A vida social, assim, configura-se como um palco no qual múltiplas performances são encenadas, cada qual exigindo modos específicos de expressão, conduta e autorrepresentação. Essa perspectiva permite compreender como as identidades são situadas, contextuais e continuamente gerenciadas pelos indivíduos.

Ao mesmo tempo, essa prática contribui para a formação de comunidades de identificação, baseadas nas experiências compartilhadas. Nesse contexto, a moda também se configura como um espaço de resistência simbólica e de representação, onde as visualidades corporais não apenas desafiam as normas, mas também reconfiguram as dinâmicas de pertencimento e visibilidade social.

Essa ruptura performativa pode manifestar-se também por meio do corpo em ato, isto é, através de gestos, exageros, ironias e outras práticas corporais que tensionam e reconfiguram as normas estabelecidas. Destaco a fala do estudante identificado como Alexander McQueen, ao refletir sobre a imagem que busca transmitir meio de suas visualidades corporais:

Eu: Qual que é a imagem que você quer passar através das suas visualidades do corpo?

McQueen: Nossa, eu estava até conversando com meus amigos esses dias sobre isso. Assim, eu quero que as pessoas sintam medo de mim, mas que ao mesmo tempo se sintam admiradas por mim. Não é chocar, é impressionar. Não me visto assim pra chocar as pessoas, me visto pra impressionar, de certa

forma. E aí eu acho que seria essa, tipo assim, essa é a minha mentalidade. Quero passar medo nas pessoas. Eu quero que elas olhem e falem assim: Nossa, doideira!

Eu: Legal e você acredita que de fato você passa essa imagem?

McQueen: Eu acho que sim. Na verdade, não só por conta da minha vestimenta, mas também por conta, tipo assim, que minha cara de repouso é muito mal encarada. E eu tenho muita noção disso. Eu tenho quase dois metros de altura e eu sou muito, muito parrudo. Então, tipo assim, eu acho que o conjunto de tudo, com a roupa que eu visto, maquiagem que eu uso, acessórios que eu uso, minha cara e meu corpo, de certa forma, passa essa imagem, sabe?

A fala de McQueen destaca que a construção identitária não se dá apenas pelas visualidades do corpo – como roupas, maquiagem e acessórios –, mas também pelo seu próprio corpo em sua materialidade, neste caso marcado por atributos como altura, porte físico e expressão facial. Nesse sentido, o corpo, em sua presença performativa, através de uma metáfora visual, atua como elemento central na imposição simbólica de uma identidade que se pretende impactante, admirada e temida, operando como um dispositivo de rompimento de padrões, diferenciação e afirmação no espaço social.

Por outro lado, me chamou a atenção uma fala posterior do mesmo estudante, quando questionado se já se sentiu, de algum modo, excluído ou invisibilizado na faculdade, comentou:

Sim, mas isso foi muito no começo, quando voltou a pandemia, e ainda tinha muito empecilho ainda para ir para a faculdade e tudo mais, tipo a gente tinha que usar máscara e as aulas, algumas tinham que ser reduzidas, a quantidade. Ainda tinha aquele medo que assolava a gente da pandemia, porque a gente voltou às aulas presenciais, mas a gente ainda tinha que se precaver em algumas coisas. Nesse começo, o meu guarda-roupa que eu tinha aqui em Goiânia, era o mesmo que eu tinha lá em Pontalina. Era só mesmo minhas roupas ir pra escola, sabe, não tinha roupa pra sair, não tinha roupa, tipo assim, esteticamente interessante, de certa forma. E aí, nesse começo, eu vestia que eu tinha, eu não necessariamente me sentia mal por vestir aquilo, mas eu me sentia, tipo assim: nossa, tá todo mundo tão legal, porque eu não tô legal? Eu comecei a ver que eu não estava me vendo mais naquela coisa básica. Aí eu comecei a ver o que eu posso fazer com o que eu tenho. E aí eu comecei a me vestir de uma forma diferente.

O relato demonstra que o estudante se sentiu invisibilizado por perceber-se básico demais em comparação aos demais colegas, o que o levou a modificar suas formas de vestir “de acordo com essa mentalidade da FAV”. Tal movimento me suscita um questionamento: em que medida essa transformação estética configura, de fato, um gesto de rompimento de padrões e afirmação singular de sua identidade, ou se aproxima, antes, de um processo de adequação a um regime normativo específico, no qual a diferença passa a operar como valor esperado e legitimado no espaço acadêmico?

Adotar uma estética contra-hegemônica implica uma compreensão crítica dos padrões dominantes e o reconhecimento de como perpetuam desigualdades ou limitações. Envolve, sobretudo, uma decisão ativa de trilhar caminhos alternativos, com o intuito de promover outras visões de mundo e práticas sociais. Trata-se, portanto, de um exercício reflexivo sobre os processos de construção identitária e de visibilização das subjetividades por meio das expressões corporais, orientado à afirmação de identidades efetivamente singulares.

COMENTÁRIOS DE ENCERRAMENTO

A moda integra as relações sociais e se manifesta em diversos contextos, inclusive no ambiente universitário. Contudo, no âmbito da graduação em Design de Moda, ela assume um papel particularmente relevante, na medida em que o corpo discente, em sua maioria, já ingressa no curso com um interesse previamente constituído pela área, o que faz com que a moda ocupe um lugar central em seus campos de atenção e subjetividades.

Ademais, esses sujeitos se encontram diretamente envolvidas/os com estudos teóricos e práticos que os conduzem não apenas à aprendizagem do uso de recursos técnicos e tecnológicos voltados à atuação profissional, mas também à formulação de visões analíticas. Nesse sentido, as visualidades do corpo produzidas pelas/os estudantes, de modo geral, não são escolhas aleatórias ou meramente estéticas, mas construções atravessadas por intencionalidades simbólicas.

Os dados revelaram que tais visualidades estão também atravessadas pelo contexto socioeconômico. Algumas pessoas entrevistadas relataram dificuldades de identificação e pertencimento no contexto acadêmico em razão das desigualdades socioeconômicas. Embora a maioria das/os participantes aparente pertencer a classes de baixa e média renda – aspecto observado tanto pelos depoimentos nas entrevistas quanto pelo período de observação participante –, essa condição se manifesta também nas formas de vestir, uma vez que predominam o uso de roupas, calçados e acessórios de menor valor comercial.

O recorte desta pesquisa – estudantes do curso de Design de Moda da Universidade Federal de Goiás – demonstrou que as maneiras pelas quais essas/esses jovens elaboram e tornam visíveis suas identidades por meio das visualidades do corpo estão profundamente vinculadas às condições socioculturais específicas desse contexto formativo, o que confere à investigação um caráter situado. Ainda assim, os resultados da pesquisa conduzem à compreensão de que as visualidades do corpo se mostram mais fortemente atravessadas pelas construções subjetivas e dinâmicas sociais do que propriamente pela lógica econômica. Tal constatação permite compreender a moda como um fenômeno que extrapola as fronteiras da classe e da distinção social.

Nessa direção, os dados me permitiram compreender que essas visualidades são intensamente atravessadas por narrativas familiares, tradições, referências

territoriais e religiosas, bem como pela mídia – com destaque para as redes sociais e para a atuação de influenciadores/as digitais, elementos inerentes às dinâmicas da Geração Z³³. Soma-se a isso a presença de discursos ancorados em pautas progressistas, especialmente aquelas voltadas à defesa da justiça social, que permeiam as construções identitárias observadas. Essas influências não atuam de maneira homogênea ou linear, mas são constantemente negociadas de forma singular por cada estudante, revelando a complexidade dos processos de subjetivação que se constituem no interior do curso de Design de Moda.

Dentro do escopo desta pesquisa, observei que as visualidades funcionam como extensões do corpo e da subjetividade, permitindo que as/os estudantes comuniquem narrativas pessoais, posicionamentos estéticos e valores que extrapolam a dimensão meramente visual, configurando-se como práticas discursivas. Por meio dessas construções, as visualidades do corpo são pensadas como dispositivos de enunciação, nos quais são articulados sentidos, pertencimentos e posicionamentos socioculturais.

Tal compreensão se tornou mais nítida a partir da análise das três estudantes entrevistadas que participaram do evento FAV Fashion Gala, as quais demonstraram maior elaboração reflexiva acerca dos processos de construção de suas identidades. Esse dado permite inferir que o fato de a atividade ter sido detalhadamente explicada em sala de aula, aliado ao acompanhamento de orientações individuais, bem como ao estímulo explícito para que as participantes estabelecessem conexões entre o tema do projeto e suas próprias identidades, favoreceu a construção de análises mais densas e articuladas acerca da dimensão identitária implicada no trabalho desenvolvido.

Nesse sentido, ainda que na trajetória acadêmica a compreensão dos conteúdos estudados, o grau de maturidade, o comprometimento pessoal e a percepção das próprias subjetividades influenciem significativamente a forma como cada estudante elabora, negocia e visibiliza suas identidades por meio das visualidades do corpo, os dados apontam que a mediação pedagógica pode exercer papel importante nesse processo. Portanto, a atuação docente, ao propor dispositivos reflexivos e orientações direcionadas, mostrou-se fundamental para potencializar leituras críticas sobre o corpo, a moda e a identidade no contexto acadêmico.

Por outro lado, embora as escolhas estéticas das/os demais estudantes entrevistadas/os sejam igualmente atravessadas por intencionalidades simbólicas,

³³A "geração Z" é um termo utilizado para se referir à geração de pessoas nascidas aproximadamente entre 1995 e meados dos anos 2010.

observei que, no que se refere à expressão de singularidades e os processos subjetivos, tais construções são acionadas menos como afirmação de individualidades isoladas e mais como estratégias de promoção de sinais de identificação e pertencimento coletivo.

Isso, possivelmente, se deve ao fato de que conforme observado na coleta de dados, as/os estudantes tendem a dialogar com o *mainstream*³⁴ cultural e estético no qual estão inseridas/os, apropriando-se de códigos visuais compartilhados que favorecem o reconhecimento mútuo, a aceitação social e a integração ao grupo.

Assim, as visualidades do corpo operam como mediadoras entre o desejo de diferenciação e a necessidade de pertencimento. Assim, se por um lado, possibilitam a construção de vínculos, alianças e reconhecimentos coletivos; por outro, tornam visíveis tensões, disputas e negociações relacionadas à aceitação, ao olhar do outro e às normatividades que atravessam o ambiente universitário. O corpo vestido se configura como um território de mediação entre o individual e o coletivo, entre a afirmação da singularidade e a busca por pertencimento, tornando perceptível que a construção identitária, nesse contexto, se dá de forma relacional, negociada e situada.

No que tange às dinâmicas de poder envolvidas na construção das visualidades do corpo produzidas por esse grupo de estudantes, em alguns casos, as escolhas estéticas analisadas revelaram estratégias de rompimento com padrões socialmente impostos, seja por meio da afirmação de identidades dissidentes, da valorização de ancestralidades historicamente marginalizadas ou da recusa a modelos normativos de gênero, corpo e beleza. Sob essa perspectiva, a moda, no contexto investigado, configura-se como um campo de disputa simbólica e política, no qual as/os estudantes exercitam modos críticos de existir e de se apresentar ao mundo.

Por outro lado, ao investigar as formas pelas quais esses sujeitos se posicionam diante das normatividades sociais – isto é, se atuam como agentes ativos, capazes de intervir criticamente em seu entorno, contestar padrões e afirmar modos de existência que se configurem como práticas de resistência – as reflexões sobre a pesquisa me conduziram à compreensão de que a experiência da maioria das/os estudantes não é marcada por ações explícitas de enfrentamento ou contestação.

Em vez disso, observei que tais experiências são predominantemente atravessadas por processos de silenciamento, conformação ou negociação discreta

³⁴Mainstream, do inglês, "fluxo principal", refere-se à corrente dominante, mais popular e amplamente aceita em uma cultura, sociedade ou nicho.

frente às normas implícitas de vestimenta, estilo e comportamento que essas/es estudantes percebem como vigentes no contexto acadêmico. Cabe destacar que a subversão pressupõe a contestação e o engajamento em movimentos orientados à ruptura de paradigmas; contudo, no cenário analisado, tais práticas emergem de maneira pontual e não constituem a experiência dominante entre as/os participantes da pesquisa.

Durante a banca de qualificação, me foi sugerido que, considerando o vínculo desta investigação com o campo da Educação, seria pertinente refletir sobre possíveis práticas de ensino-aprendizagem capazes de provocar o grupo investigado ao confronto consigo mesmo, estimulando uma consciência mais crítica acerca dos processos de construção de suas identidades, a partir de uma orientação pedagógica ativa e dialógica. Considero tal sugestão extremamente pertinente e enriquecedora; entretanto, em razão do tempo exíguo disponível para o desenvolvimento desta pesquisa, sua implementação mostrou-se inviável. Assim, trago essa sugestão como uma possibilidade de desdobramento para investigações futuras.

A partir da perspectiva da Cultura Visual e das Pedagogias Culturais, esta pesquisa contribui para ampliar a compreensão das visualidades do corpo como um dos elementos constitutivos da identidade, forma de posicionamento e de relação dos indivíduos consigo mesmos e com o mundo, especialmente no âmbito da formação em Design de Moda. O estudo aponta para a necessidade de ampliar o debate acerca da moda enquanto linguagem cultural e política, capaz de veicular identidades plurais e provocar deslocamentos nos modos de ver, vestir e existir. Ao evidenciar que as visualidades corporais são atravessadas por experiências vividas, afetos e histórias pessoais, a pesquisa reforça a relevância de abordagens pedagógicas sensíveis às subjetividades e às diferenças, que reconheçam o corpo como um espaço legítimo de produção de conhecimento.

Por fim, considero que esta pesquisa, para além de seus resultados acadêmicos, também produziu deslocamentos no meu percurso enquanto pesquisadora, ao possibilitar o contato com narrativas potentes e sensíveis. Ao ouvir, observar e analisar as visualidades do corpo das/os estudantes, foi possível compreender que a moda, no contexto formativo, não se limita às peças do vestuário, mas se afirma como linguagem, experiência e modo de existência, capaz de materializar identidades, afetos e pertencimentos no mundo contemporâneo.

REFERÊNCIAS

ABDALA, Lorena. MENDONÇA, Míriam da Costa Manso Moreira. Práticas de si: Moda como representação simbólica. In: **18º Encontro da ANPAP**. Salvador, Bahia. Anais. Disponível em: https://anpap.org.br/anais/2009/pdf/chtca/lorena_pompei_abdala.pdf. Acesso em: 03 mar. 2025.

_____. **Estéticas da existência**: a moda nos Festivais de Rock (Goiânia Noise Festival e Lollapalooza Music Festival- 2008/2009). 2010. 190 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2010.

ANDRADE, Paula Deporte. COSTA, Marisa Vorraber. Usos e possibilidades do conceito de pedagogias culturais nas pesquisas em estudos culturais em educação. **Revista Textura**, vol.17, n.34, Canoas, p.48-63, 2015.

ANDRADE, Paula Deporte. COSTA, Marisa Vorraber. Nos rastros do conceito de pedagogias culturais: invenção, disseminação e usos. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, v. 1, n. 33, p. 1-23, jan. 2017.

ANGROSINO, Michael. **Etnografia e observação participante**. Tradução José Fonseca. Porto Alegre: Artmed, 2009, 138p.

BARNAD, Malcon. **Moda e Comunicação**. Tradução de Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BARTHES, Roland. **Sistema da Moda**. Trad. Ivone C. Benedetti. São Paulo: Ed. WMF Martins Fontes, 2009.

_____. **Inéditos, Vol. 3: Imagem e Moda**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Trad. Carlos A. Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

BEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Prefácio à 4ª edição italiana de A sociedade do espetáculo; Comentários sobre A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa: Deifel, 1989

_____. **Capital Cultural, Escuela y Espacio Social**. México: SigloVeinteuno, 1997.

_____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

BUTLER, Judith. Atos performativos e constituição de gênero. Um ensaio sobre fenomenologia e teoria feminista. In: MACEDO, Ana Gabriela; RAYNER, Francesca (Org.). **Gênero, cultura visual e performance. Antologia crítica**. Minho: Universidade do Minho/Húmus, p. 69-87, 2011. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/23585/1/Genero%2520Cultura%2520Visual%2520Performance.pdf>. Acesso em: 26 de dez. 2024.

_____. **Corpos que importam**: os limites discursivos do “sexo”. Editora N-1, 2019.

CAMPOS, Baga de Bagaceira Souza.; CIDREIRA, Renata Pitombo. A ordem da roupa em Foucault: as relações de poder presentes no discurso midiático do corpoadornado. **RELACult - Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura e Sociedade**, [S. l.], v. 4, n. 3, 2019.

Disponível em: <https://periodicos.claec.org/index.php/relacult/article/view/1039> . Acesso em: 29 ago. 2024.

CAMPOS, Ricardo. A cultura visual e o olhar antropológico. **Visualidades**, v. 10, n.1, janeiro-junho, p.17-37, 2012. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/VISUAL/article/view/23083>. Acesso em: 22 fev. 2025.

CARACIOLA, Carolina Boari. A influência da moda na sociedade contemporânea. **Dossiê Consumo e Subjetividade**, Arquivos do CMD, v. 7, n. 2, p. 79-93, dez. 2018. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/CMD/article/view/22220>. Acesso em: 27 fev. 2025.

CARDOSO JR, Hélio Rebello. Para que Serve uma Subjetividade? Foucault, Tempo e Corpo. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, vol. 18, num. 3, pp. 343-349, 2005. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, Brasil. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18818308>. Acesso em: 05 mar. 2025.

CARVALHO, Edvaldo do Nascimento; BASTOS, Argemiro Midonês. Pesquisa narrativa na arte-educação: resistência, linguagem e decolonialidade. **Revista da FUNDARTE**. Montenegro, V. 63, N. 63, p. 1-21, 2025. Disponível em: <https://seer.fundarte.rs.gov.br/index.php/RevistadaFundarte/article/view/1554>. Acesso em: 19 nov. 2025.

CASTILHO, Katia. **Moda e linguagem**. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2003.

CASTILHO, Kathia; VICENTINI, Claudia Garcia. O corpo, a costura, o processo e o projeto de design de moda no re-design do corpo. In: OLIVEIRA, Ana Claudia; CASTILHO, Katia (org). **Corpo e Moda: por uma compreensão do contemporâneo**. Baurueri, SP: Editora Estação das Letras e Cores, 2008, p. 125-135.

CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

CHARTIER, Roger. A História Cultural entre práticas e representações. **Col. Memória e sociedade**. Trad. Maria Manuela Galhardo. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, p. 13-28, 1990.

CRANE, Diana. **Moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo: Editora Senac. São Paulo, 2006.

DUARTE, Rosália. Entrevistas em pesquisas qualitativas. **Educar Em Revista**, n. 24, p. 213-225, 2004. Curitiba. Editora UFPR. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/educar/article/view/2216>. Acesso em: 29 abr. 2025.

ELLSWORTH, Elizabeth. **Places of Learning: Media, Architecture, Pedagogy**. 2005. New York: Routledge.

FOSTER, Hal. **Vision and Visuality: Discussions in Contemporary Culture**. Art. Seattle: Bay Press; Dia Art Foundation, 1988.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade: A vontade de saber**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

GIROUX, Henry; MACLAREN, Peter. Por uma pedagogia crítica da representação. In: SILVA, Tomaz Tadeu da; MOREIRA, Antônio Flávio (Org.). **Territórios Contestados: o currículo e os novos mapas políticos e culturais**. Petrópolis: Vozes, 1995, p. 144-158.

GODART, Frédéric. **Sociologia da moda**. Tradução: Lea P. Zylberlicht. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

GOFFMAN, Erving. **Estigma**: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Tradução: Márcia Bandeira de Mello Leite Nunes. Rio de Janeiro: LTC, 1975.

_____. **A representação do eu na vida cotidiana**. Tradução: Maria Célia Santos Raposo. Petrópolis, Vozes, 1985.

HALL, Stuart. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz T. (org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis; Vozes, 2000.

_____. **Cultura e representação**. Tradução: Daniel Miranda e Willian Oliveira. Rio de Janeiro: Ed. PuC-Rio: Apicuri, 2016.

_____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HERNÁNDEZ, Fernando. **Cultura visual, mudança educativa e projeto de trabalho**. Porto Alegre: Artes Médicas, 2000.

_____. De qué hablamos cuando hablamos de cultura visual? **Educación & Realidade**, vol.30, n.02, pp.09-34, 2005. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/12413>. Acesso em: 6 mar. 2025.

_____. **Catadores da cultura visual**: proposta para uma nova narrativa educacional. Tradução: Ana Death Duarte. Porto Alegre: Mediação, 2007.

_____. A cultura visual como um convite à deslocalização do olhar e ao reposicionamento do sujeito. In: MARTINS, R.; TOURINHO, I. (Org.) **Educación da Cultura Visual**: conceitos e contextos. Santa Maria: Editora da UFSM, 2011, p. 31-49.

JAY, Martin. Scopic Regimes of Modernity. In: FOSTER, Hal (org.). **Vision and Visuality**: Discussions in Contemporary Culture. Seattle: Bay Press; Dia Art Foundation, 1988.

LAMPERT, Jocielle. A imagem da moda muito além da sociedade do espetáculo: proposições para a formação do professor em Artes Visuais In: OLIVEIRA, Marilda de (org). **Artes, educação e cultura**. Santa Maria – RS: Editora da UFSM, 2007.

LE BRETON, David. **Sociologia do corpo**. 2. ed. Petrópolis: Vozes; 2012.

LIPOVTSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução Maria Lucia Machado. 1ª Ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo**: viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MARTINS, Raimundo; PEREIRA, Alexandre; VALENÇA, Kelly Bianca Clifford. Um olhar 'formatado'. **Visualidades**, Goiânia, v. 6, n. 1 e 2, 2008. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/VISUAL/article/view/18087>. Acesso em: 5 mar. 2025.

MARTINS, Raimundo; TOURINHO, Irene. Circunstâncias e ingerências da Cultura Visual. In: MARTINS, R.; TOURINHO, I. (Org.). **Educación da cultura visual**: conceitos e contextos. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2011, p. 51-68.

MARTINS, Raimundo. TOURINHO, Irene. (Des)arquivar narrativas para construir histórias de vida ouvindo histórias de vida. In: MARTINS, R.; TOURINHO, I.; SOUZA, E. C. (Org.) **Pesquisa Narrativa. Interfaces entre histórias de vida, arte e educação**. Santa Maria: Editora da UFSM, 2017, p. 143-165.

MATOS, Juscelina Bárbara Anjos; MENDONÇA, Míriam da Costa Manso Moreira. Moda e Cultura Visual: A pesquisa com imagens como caminho para o estudo das práticas vestimentares. In: **17º Encontro Nacional da ANPAP**, 2008, Florianópolis. Anais. Disponível em: <https://anpap.org.br/anais/2008/artigos/029.pdf>. Acesso em: 8 de fev. 2025.

MITCHELL, William John Thomas. No existen medios visuales. In: BREA, J. L. (Ed.) **Estudios visuales: la epistemología de la visualidad en la era de la globalización**. Madrid: Akal, 2005, p. 17-25.

_____. Mostrar o ver: Uma crítica à cultura visual. **Interin**, vol. 1, núm. 1, 2006, pp. 1-20. Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, Brasil

MIRZOEFF, Nicholas. **Una introducción a la cultura visual**. Barcelona: Paidós, 2003.

_____. O direito a olhar. **ETD - Educação Temática Digital**, Campinas, SP, v. 18, n. 4, p. 745-768, 2016. ISSN 1676-2592. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/etd/article/view/8646472>. Acesso em: 30 de set. 2024.

MOTA, Maria Dolores de Brito; Moda e subjetividade: Corpo, roupa e aparência em tempos ligeiros. **Moda Palavra e-periódico**, núm. 2, agosto-diciembre, pp. 21-31, 2008. Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=514051713005>. Acesso em: 28 de set. 2025.

POLAK, Ymiracy Nascimento de Souza. **A Corporeidade como resgate do humano na Enfermagem**. 1997, 131f. Tese (Doutorado em Filosofia da Enfermagem) Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Programa de Doutorado, Florianópolis, 1997.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível: estética e política**. Tradução: Mônica Costa Netto. São Paulo: Editora 34, 2005.

RODRIGUES, Bruna; ABREU, Lia Márcia Borges; RODRIGUES, Rose Mary Mariano; Corpo, Moda e Identidade: Construções de si por meio de vestir. **10º Colóquio de Moda**. 2014. Anais. Disponível em: <https://coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202014/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO4-COMUNICACAO/CO-EIXO-4-CORPO-MODA-E-IDENTIDADE.pdf>. Acesso em: 15 de mai. 2024.

ROSE, Gillian. **Visual methodologies: an Introduction to the Interpretation of visual materials**. London: SAGE, 2001.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. *Teoria da Moda: sociedade, imagem e consumo*. São Paulo: Estação das Letras, 2007.

SÉRVIO. Pablo Petit Passos. O que estudam os estudos de cultura visual? In: **Revista Digital do LAV**. Santa Maria, vol. 7, n.2, p. 196-215 - mai./ago.2014. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/index.php/revislav/article/view/12393>. Acesso em: 16 set. 2025.

SILVA, Jaine Araújo da; LUCENA, Giselle Xavier D' Ávila. A moda como representação da identidade. Tropos: **Comunicação, Sociedade e Cultura**. v. 6, n. 1, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufac.br/index.php/tropos/article/view/1253>. Acesso em: 24 fev. 2025.

SILVA, Tomaz Tadeu. A Produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tomaz (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis; Vozes, 2000.

SIMMEL, George. **George Simmel on Individuality and Social Forms**. United States of America: University of Chicago, 1971.

TOURINHO, Irene; MARTINS, Raimundo. Circunstâncias e ingerências da Cultura Visual. In: MARTINS, R.; TOURINHO, I. (Org.) **Educação da Cultura Visual: conceitos e contextos**. Santa Maria: Editora da UFSM, 2011, p. 51-68.

YIN, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2005.

WAGNER, Gil Priscila; RIPOLL, Daniela. Pedagogias da moda na TV. Uma análise do Esquadrão da Moda. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. ISSN 1808-2599, v. 26, jan–dez., p. 1–17, 2023. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/371016108 Pedagogias da moda na TV uma análise do Esquadrão da Moda](https://www.researchgate.net/publication/371016108_Pedagogias_da_moda_na_TV_uma_analise_do_Esquadrão_da_Moda). Acesso em: 26 fev. 2025.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz T. (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis; Vozes, 2000.

APÊNDICE

ROTEIRO DAS ENTREVISTAS

Identificação da pessoa entrevistada

1. Qual é o seu nome e idade?
2. Contexto social
3. Em qual período do curso de Design de Moda você está e o que te motivou para escolha do curso?

Relação entre a identidade pessoal e as práticas de vestir e de ver-se

4. Para você existe relação entre corpo e moda?
5. Para você existe relação entre moda e identidade?
6. Você acredita que consegue expressar a sua identidade/ subjetividades/ singularidades por meio de suas visualidades corporais? Como?

Influências culturais e sociais nas escolhas do vestir

7. Você acredita que há influências culturais, sociais ou ideológicas que moldam as suas visualidades corporais?
8. Quem são as suas inspirações de estilo?
9. O que determina o seu estilo?
10. Qual imagem você quer passar através do seu vestir? E você acredita que de fato transmite essa imagem?
11. O seu estilo mudou depois que você entrou na faculdade? Porquê?

Experiências com representações visuais no contexto acadêmico e social

12. A forma que você expressa as suas visualidades do corpo no seu contexto social é a mesma do que no contexto acadêmico?
13. Você se identifica com as pessoas dos grupos sociais e acadêmico que você pertence?
14. O que você acha dos estilos dos outros/outras estudantes do curso?
15. Você considera que há normas de vestimenta ou padrões de estilo e comportamento, explícitas e/ou implícitas, no contexto acadêmico, dentro do curso de Design de Moda da UFG? - Caso positivo, como você age frente à elas?
16. Você já se sentiu de algum modo excluído ou invisibilizado na faculdade em razão das suas visualidades do corpo?
17. Você se sente pertence/ representada pelo grupo de estudantes do curso?

PLANEJAMENTO DA ATIVIDADE DE CONSTRUÇÃO DE *MOODBOARDS*

A atividade para construção individual de um painel visual digital tem como finalidade promover a construção de metáforas visuais com o intuito de aprofundar a compreensão das percepções, experiências e subjetividades das pessoas participantes e será realizada da seguinte forma:

Após a realização das entrevistas, solicitar aos participantes a elaboração de um *moodboard* contendo de oito a doze imagens que representassem seu estilo pessoal, a forma como gostariam de ser vistas/os, as influências culturais que permeiam suas escolhas de vestuário, inspirações de estilo, referências estéticas e imagens relacionadas ao seu estilo de vida.

O envio do arquivo poderá ser realizado no formato PGE ou PDF, via *Whastappo* ou e-mail.

As imagens podem ser selecionadas a partir de redes sociais, bancos de imagens, plataformas como o *Pinterest*, acervos pessoais ou quaisquer outras fontes de referência das/osparticipantes.

Para a elaboração do painel visual, podem ser utilizadas diferentes ferramentas, como o aplicativo gratuito *Paint* (disponível no sistema *Windows*), bem como *softwares* e plataformas de criação e edição de imagens, tais como *Canva*, *PowerPoint*, *Illustrator*, *Photoshop*, entre outros.

ANEXO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE
GOIÁS - UFG



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: Eu me visto e existo: visualidades do corpo no curso de Design de Moda da Universidade Federal de Goiás.

Pesquisador: LAURA MATIAS DOS SANTOS TELES

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 81399824.4.0000.5083

Instituição Proponente: Faculdade de Artes Visuais

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 7.174.866

Apresentação do Projeto:

Este projeto de pesquisa investiga as visualidades do corpo entre estudantes do curso de Design de Moda da UFG, explorando como tais expressões estéticas são utilizadas para manifestar identidades individuais e coletivas. Fundamentado nos campos da Cultura Visual, da Moda e das Pedagogias Culturais, o estudo examina como os estudantes elaboram suas identidades através das vestimentas e adornos, influenciados por contextos culturais, sociais e ideológicos. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, envolvendo revisão bibliográfica, observação participante e uma oficina e entrevistas para coleta de dados.

Objetivo da Pesquisa:

Primário:

. Analisar como os/as estudantes do curso de Design de Moda da UFG elaboram, negociam e visibilizam suas identidades por meio de suas identidades e visualidades do corpo, com o intuito de expressar singularidades e promover sinais de identificação e pertencimento.

Secundários:

. Investigar as influências culturais, sociais e ideológicas que moldam as visualidades corporais de um grupo de estudantes do curso de Design de Moda da UFG.

. Examinar como as visualidades do corpo são utilizadas pelos estudantes para expressar suas singularidades, subjetividades e identidades pessoais.

. Identificar como as identidades e visualidades do corpo refletem e influenciam os processos

Endereço: Rodovia R2, n. 3.061, Parque Tecnológico Samambaia, Edifício K2, sala 110, piso 1
Bairro: Campus Samambaia **CEP:** 74.690-970
UF: GO **Município:** GOIANIA
Telefone: (62)3521-1215 **Fax:** (62)3521-2045 **E-mail:** cep.prpi@ufg.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS - UFG



Continuação do Parecer: 7.174.866

de identificação e pertencimento no contexto acadêmico. Analisar as dinâmicas de poder envolvidas na construção das corporeidades e visualidades do corpo produzidas por esse grupo de estudantes, bem como as formas de resistência que produzem para subverter as normas hegemônicas.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Riscos:

Considera-se como risco apresentado por esta pesquisa o possível desconforto ou constrangimento dos sujeitos de pesquisa mediante alguma pergunta ou atividade que não queira responder. Para minimizar esse risco, a pessoa participante estará livre para responder somente o que se sentir confortável e também estará livre para interromper ou desistir da entrevista ou da atividade proposta a qualquer momento, sem prejuízo de qualquer natureza.

Benefícios:

Espera-se a partir desta ampliar a percepção dos sujeitos participantes acerca da influência das visualidades do corpo na construção das suas próprias identidades, assim como contribuir para a reflexão sobre as dinâmicas de interação, de inclusão e exclusão de indivíduos a partir de preceitos que perpassam as visualidades do corpo.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Pesquisa muito bem elaborada-estruturada, sobretudo no que se refere ao planejamento-desenho da metodologia da parte de experimentos com humanos, a saber, nas etapas abaixo citadas:

- "2. Observação participante em ambientes onde as/os estudantes interagem e exibem suas visualidades corporais, como salas de aula, ateliês e espaços de convivência na Faculdade de Artes Visuais (FAV-UFG).
3. Realização de uma oficina com 5 discentes do curso de Design de Moda da UFG.
4. Realização de entrevistas com 3 discentes do curso de Design de Moda da UFG [escolhidos entre os que fizeram a oficina]. Também será considerada a possibilidade de entrevistar uma docente do curso."

Com vistas a contribuir neste tópico específico, aponto que é questionável que o universo de apenas 5 ou 6 colaboradores constitui-se em uma mostra capaz de considerar adequadamente, nas palavras da pesquisadora: "critérios de diversidade para incluir estudantes de diferentes gêneros, raças, classes sociais e orientações sexuais para garantir a representatividade das várias identidades presentes no curso". Mesmo e porque se trata de uma pesquisa de natureza

Endereço: Rodovia R2, n. 3.061, Parque Tecnológico Samambaia, Edifício K2, sala 110, piso 1
Bairro: Campus Samambaia **CEP:** 74.690-970
UF: GO **Município:** GOIANIA
Telefone: (62)3521-1215 **Fax:** (62)3521-2045 **E-mail:** cep.prpi@ufg.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS - UFG



Continuação do Parecer: 7.174.866

qualitativa.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

A pesquisadora elaborou e anexou um roteiro semi-estruturado de questões para escuta/colhida de depoimentos dos participantes na etapa entrevistas. O mesmo não fere a integridade humana dos colaboradores e está dentro da margem de pequenos riscos e grandes benefícios já apresentados e avaliados.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Com o envio do documento solicitado, a saber: um roteiro semi-estruturado de questões para escuta/colhida de depoimentos, a pesquisadora cumpriu todos os termos de apresentação obrigatória.

Desta forma, os procedimentos da pesquisa não apresentam mais qualquer impedimento de natureza ética, estando aptos a serem realizados.

Considerações Finais a critério do CEP:

Informamos que o Comitê de Ética em Pesquisa/CEP-UFG considera o presente protocolo APROVADO. A pesquisa foi considerada em acordo com os princípios éticos vigentes. Reiteramos a importância deste Parecer Consubstanciado, e lembramos que o(a) pesquisador(a) responsável deverá encaminhar ao CEP-UFG os relatórios parciais e o Relatório Final baseado na conclusão do estudo e na incidência de publicações decorrentes deste, de acordo com o disposto na Resolução CNS n. 466/12 e Resolução CNS n. 510/16. O prazo para entrega do Relatório é de até 30 dias após o encerramento da pesquisa, previsto para março de 2026.

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_2379243.pdf	26/09/2024 18:53:13		Aceito
Outros	Pendencia_CEP_Laura.pdf	26/09/2024 18:52:39	LAURA MATIAS DOS SANTOS TELES	Aceito
Folha de Rosto	Folha_de_rosto_Laura.pdf	08/07/2024 13:40:13	LAURA MATIAS DOS SANTOS TELES	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_Completo_Laura.pdf	06/07/2024 20:00:38	LAURA MATIAS DOS SANTOS TELES	Aceito
Outros	Termo_de_Compromisso_Laura.pdf	06/07/2024	LAURA MATIAS	Aceito

Endereço: Rodovia R2, n. 3.061, Parque Tecnológico Samambaia, Edifício K2, sala 110, piso 1
Bairro: Campus Samambaia **CEP:** 74.690-970
UF: GO **Município:** GOIANIA
Telefone: (62)3521-1215 **Fax:** (62)3521-2045 **E-mail:** cep.prpi@ufg.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DE
GOIÁS - UFG



Continuação do Parecer: 7.174.866

Outros	Termo_de_Compromisso_Laura.pdf	19:58:54	DOS SANTOS TELES	Aceito
Outros	Instrumento_de_Coleta_de_Dados_Laura.pdf	06/07/2024 19:58:08	LAURA MATIAS DOS SANTOS TELES	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_Laura.pdf	06/07/2024 19:53:59	LAURA MATIAS DOS SANTOS TELES	Aceito
Folha de Rosto	Folha_de_rosto_Laura.pdf	06/07/2024 19:49:22	LAURA MATIAS DOS SANTOS TELES	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

GOIANIA, 22 de Outubro de 2024

Assinado por:
Rosana de Moraes Borges Marques
(Coordenador(a))

Endereço: Rodovia R2, n. 3.061, Parque Tecnológico Samambaia, Edifício K2,sala 110, piso 1
Bairro: Campus Samambaia **CEP:** 74.690-970
UF: GO **Município:** GOIANIA
Telefone: (62)3521-1215 **Fax:** (62)3521-2045 **E-mail:** cep.prpi@ufg.br



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE

Este termo trata-se de um convite para você participar, de forma voluntária, da pesquisa intitulada **Me visto e existo: visualidades do corpo no curso de Design de Moda da Universidade Federal de Goiás**. Meu nome é **Laura Matias dos Santos Teles**, sou a pesquisadora responsável, discente a nível mestrado do Programa de Pós-Graduação em Arte e Cultura Visual e minha área de atuação é **Educação, Arte e Cultura Visual**.

A presente pesquisa tem como **objetivo geral** analisar como os/as estudantes do curso de Design de Moda da UFG elaboram, negociam e visibilizam suas identidades por meio de suas subjetividades e visualidades do corpo, com o intuito de expressar singularidades e promover sinais de identificação e pertencimento. Você fará parte de uma oficina, para construção de um painel visual, a ser realizada em 3 (três) encontros coletivos, se desejar, de uma entrevista individual, a ser realizada em 1 (um) encontro. Para isso você deverá reservar um período de até 60 minutos para os encontros coletivos e de até 90 minutos para o encontro individual, a serem combinados com as pessoas participantes se serão realizados de forma presencial na cidade de Goiânia-Goiás, ou em ambiente digital, na plataforma Google Meet, em data e horário a definir, a depender da disponibilidade.

Os **riscos** principais decorrentes da pesquisa são a experimentação de desconforto e constrangimento ocasionados pelas discussões e perguntas que ocorrerão nos encontros. Para minimizar esse risco, você estará livre para responder somente o que se sentir confortável e também estará livre para interromper ou desistir da atividade proposta ou da entrevista a qualquer momento, sem prejuízo de qualquer natureza. Enquanto **benefícios**, espera-se a partir desta ampliar a percepção dos sujeitos participantes acerca da influência das visualidades do corpo na construção das suas próprias identidades, singularidades e subjetividades, assim como contribuir para a reflexão sobre as dinâmicas de interação, de inclusão e exclusão de indivíduos a partir de preceitos que perpassam as visualidades do corpo.

Após receber os detalhamentos e as informações a seguir, se você aceitar fazer parte da pesquisa, por favor, assine ao final deste documento. Uma cópia do documento será encaminhada aos seus cuidados e outra ficará comigo. Ressalto que em caso de recusa na participação, em qualquer etapa da pesquisa, não haverá nenhuma penalização para você. Mas se aceitar participar, as dúvidas sobre a pesquisa poderão ser esclarecidas pelas pessoas responsáveis pela pesquisa, via e-mail (laurateles@discente.ufg.br) e, inclusive através de ligação a cobrar, através do seguinte contato telefônico: (62) 98482-7135.

Ao persistirem as dúvidas sobre os seus direitos como participante desta pesquisa, você também poderá fazer contato com o **Comitê de Ética em Pesquisa** da Universidade Federal de Goiás, pelo telefone (62)3521-1215, que a instância responsável por dirimir as dúvidas relacionadas ao caráter ético da pesquisa. O Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Goiás (CEP-UFG) é independente, com função pública, de caráter consultivo, educativo e deliberativo, criado para proteger o bem-estar dos/das participantes da pesquisa,

Faculdade de Artes Visuais/UFG

Av. Esperança, s/n, Câmpus Samambaia. Goiânia, GO - CEP 74690-900 - Brasil
Secretaria Acadêmica - Telefone: (62)3521-1127 / academica.fav@ufg.br
Secretaria Administrativa - Telefone: (62)3521-1444 / administrativa.fav@ufg.br



em sua integridade e dignidade, visando contribuir no desenvolvimento da pesquisa dentro de padrões éticos vigentes.

Para a condução da pesquisa, realização da oficina e entrevistas e a divulgação de seus resultados, é necessário o seu consentimento para sua identificação, o armazenamento e/ou o compartilhamento de sua imagem, de sua voz, de seus relatos, opiniões e produções audiovisuais. **Seu nome e seu rosto não serão divulgados em nenhum momento nos resultados publicados da pesquisa, estando garantido total anonimato e sigilo de suas informações pessoais.**

Em cada um dos tópicos abaixo, assinale a opção que valida sua decisão:

IDENTIFICAÇÃO

- ☐ Permito o registro de dados pessoais que me identifiquem no acervo da pesquisa e a sua eventual divulgação (excetuando meu nome) nos resultados a serem publicados;
- ☐ Não permito o registro de dados pessoais que me identifiquem no acervo da pesquisa e a sua eventual divulgação nos resultados a serem publicados.

IMAGEM

- ☐ Permito o registro da minha imagem no acervo da pesquisa e a sua eventual divulgação (excetuando meu rosto) nos resultados a serem publicados;
- ☐ Não permito o registro da minha imagem no acervo da pesquisa e a sua eventual divulgação nos resultados a serem publicados.

VOZ

- ☐ Permito o registro da minha voz no acervo da pesquisa e a sua eventual divulgação nos resultados a serem publicados;
- ☐ Não permito o registro da minha voz no acervo da pesquisa e a sua eventual divulgação nos resultados a serem publicados.

RELATOS ESCRITOS

- ☐ Permito o registro dos meus relatos escritos no acervo da pesquisa e a sua eventual divulgação nos resultados a serem publicados;
- ☐ Não permito o registro escritos no acervo da pesquisa e a sua eventual divulgação nos resultados a serem publicados.

OPINIÕES

- ☐ Permito o registro das minhas opiniões no acervo da pesquisa e a sua eventual divulgação nos resultados a serem publicados;
- ☐ Não permito o registro das minhas opiniões no acervo da pesquisa e a sua eventual divulgação nos resultados a serem publicados.

PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS

- ☐ Permito o registro das minhas produções audiovisuais no acervo da pesquisa e a sua eventual divulgação nos resultados a serem publicados;

Faculdade de Artes Visuais/UFG

Av. Esperança, s/n, Câmpus Samambaia. Goiânia, GO - CEP 74690-900 - Brasil
Secretaria Acadêmica - Telefone: (62)3521-1127 / academica.fav@ufg.br
Secretaria Administrativa - Telefone: (62)3521-1444 / administrativa.fav@ufg.br



() Não permito o registro das minhas produções audiovisuais no acervo da pesquisa e a sua eventual divulgação nos resultados a serem publicados.

CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO NA PESQUISA:

Eu,, abaixo assinado, concordo em participar do estudo intitulado **Me visto e existo: visualidades do corpo no curso de Design de Moda da Universidade Federal de Goiás**. Informo ter mais de 18 anos de idade e destaco que minha participação nesta pesquisa é de caráter voluntário. Recebi devidamente informações e explicações realizadas pela pesquisadora responsável **Laura Matias dos Santos Teles** sobre a pesquisa, os procedimentos e métodos envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação no estudo. Foi-me garantido que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade. Declaro, portanto, que concordo com a minha participação no projeto de pesquisa acima descrito.

Goiânia, de de

Nome por extenso e CPF da pessoa participante

LAURA MATIAS DOS
SANTOS TELES:03707308103

Assinado de forma digital por LAURA
MATIAS DOS SANTOS
TELES:03707308103
Dados: 2024.07.06 18:40:26 -03'00'

Assinatura por extenso da pesquisadora responsável

Faculdade de Artes Visuais/UFG

Av. Esperança, s/n, Câmpus Samambaia. Goiânia, GO - CEP 74690-900 - Brasil
Secretaria Acadêmica - Telefone: (62)3521-1127 / academica.fav@ufg.br
Secretaria Administrativa - Telefone: (62)3521-1444 / administrativa.fav@ufg.br