

**Moda e TV: Uma análise das formas de apropriação de textualidades típicas da TV na criação de coleções de moda e o papel da comunicação institucional na relação entre TV e Passarela.**

Monique Vandresen<sup>1</sup>, Aieza Cazzuni Ciampe<sup>2</sup>.

Palavras-chave: Comunicação, Televisão, Séries de TV, Moda, Fandom.

Resumo: Analisa formas de apropriação de textualidades típicas da TV na criação de Moda e os fenômenos da sociedade contemporânea que contribuem para que duas séries específicas, Mad Men e Downtown Abbey tenham sido escolhidas pela indústria criativa como grandes temas para as coleções outono/inverno 2013. Downtown Abbey se passa nas décadas de 1910 e 1920 e conta a história de uma tradicional família burguesa da época e de seus criados. Mad Men retrata o típico cenário da sociedade americana dos anos 60, abordando problemas corriqueiros da vida pessoal e profissional dos personagens. Um exemplo desta influência está na parceria entre os criadores de Mad Men e a marca de moda Banana Republic. A marca, que já lançou três coleções inspiradas na série, desde 2011. “Downton Abbey” destaca-se como um fenômeno de audiência não somente no Reino Unido, mas também nos Estados Unidos e agora no Brasil. À parte o público, o seriado criado por Julian Fellowes é sucesso entre os veículos de moda que, a exemplo da “Love” e das edições americanas da “Vogue” e da “Vanity Fair”, já trouxeram parte do elenco em editoriais e até em suas capas.

---

<sup>1</sup> Orientadora, Professora do Departamento de Moda, CEART-UDESC – mvandresen@hotmail.com.

<sup>2</sup> Acadêmica do Curso de Bacharelado em Moda, CEART/UDESC, bolsista de iniciação científica PROBIC/UDESC