

A IDENTIDADE BRASILEIRA NO SETOR DE MODA NACIONAL

Larissa Berri¹, Lucas da Rosa², Dulce Maria Holanda³

¹ Acadêmica do Curso de Moda - CEART- bolsista PROBITI/UDESC

² Professor Orientador, Departamento de Moda- CEART

³ Orientadora, Departamento de Moda- CEART – dulceholanda@gm ail.com

Palavras-chave: Identidade. Globalização. Moda brasileira.

A partir de uma observação empírica, percebe-se que marcas brasileiras se apropriam de identidades internacionais para caracterizarem seu estilo, criando assim no imaginário do consumidor que essa não é nacional, possibilitou-se então a reflexão de que as identidades tipicamente brasileiras seriam pouco atrativas para as marcas nacionais. Mas por outro lado, ao final do século XX, o mercado de moda brasileiro percebeu que para competir e ganhar destaque mundial havia a necessidade de um produto diferenciado, buscando, dessa forma, representar em suas criações a identidade brasileira.

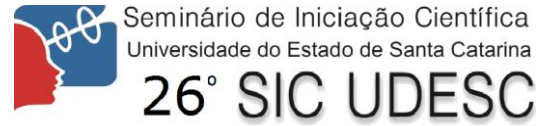
Nota-se então uma necessidade de entender como a identidade de um país, no caso da pesquisa o Brasil, está presente no setor de moda. Este trabalho buscou entender como a cultura e história de uma nação atuam como formadores de identidades, para assim identificar quais características definem o Brasil e como esses estiveram presente na moda do país. Logo o objetivo é compreender o uso da identidade brasileira no setor de moda nacional.

A metodologia utilizada foi de uma pesquisa aplicada, logo se destina a realizar estudos para compreender o funcionamento da identidade nacional como motivador de consumo de moda. Com o objetivo de ser descritiva, no primeiro momento foi contextualizado as definições de identidade, a partir disso foi discutido a identidade nacional do Brasil e por fim a moda brasileira como uma manifestação dessa identidade. Os procedimentos técnicos foram bibliográfico e documental, dividindo a pesquisa em duas partes, primeiramente a base teórica e por fim a análise e compreensão da identidade de moda brasileira.

Entendendo a identidade social como uma construção, na qual se abarca a história e a cultura da sociedade, a identidade de um país se manifesta na sociedade pertencente a ele. Essa sociedade agrega a si características que se assemelham e que complementam a identidade individual de cada indivíduo pertencente a essa.

Dessa forma, vivendo hoje em um mundo globalizado, no qual as informações são rapidamente difundidas, a moda surge como uma manifestação de identidade e uma oportunidade de diferenciação no mundo. a necessidade de a moda brasileira investir em profissionais qualificados que criem de forma autoral, representando em suas criações as influencias da vivencia em seu país.

Portanto buscar na moda brasileira maior reconhecimento e representação nacional internacionalmente é acreditar no trabalho de criadores brasileiros, investir em produtos autorais, utilizando assim de forma indireta referencias na cultura multifacetada do Brasil. Pois quem mais



pode criar moda brasileira, se não os estilistas locais que carregam em si e manifestam em suas criações a narrativa do lugar a qual eles pertencem.