

Moda e memória cultural: a coleção Renner x Gilberto Gil como expressão da identidade brasileira

Gabriela Ortiz de Oliveira

Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)

<http://lattes.cnpq.br/0992350117234211>

gabiortiz.olv@gmail.com

Icléia Silveira

Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)

<http://lattes.cnpq.br/7917562140074797>

icleiasilveira@gmail.com

Reinaldo de Almeida Coelho

Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)

<http://lattes.cnpq.br/6968224106317955>

reinaldoacoelho@gmail.com

Resumo

Este artigo investiga a confluência entre moda e memória cultural, focalizando a colaboração entre a varejista Renner e o icônico artista brasileiro Gilberto Gil. A pesquisa examina como a moda transcende sua funcionalidade primária para se estabelecer como um potente vetor de expressão cultural e de valorização da identidade nacional. A coleção, lançada em fevereiro de 2025, é apresentada como um exemplar paradigmático da simbiose entre moda e música, traduzindo a trajetória e o legado de Gilberto Gil em peças que celebram a riqueza da cultura brasileira, incorporando elementos do tropicalismo, da influência afro-brasileira e da conexão com o bloco Filhos de Gandhi. A metodologia empregada na concepção da coleção é detalhada, fundamentando-se nos preceitos de Treptow (2007) e Merino (2014), que sublinham a relevância da pesquisa aprofundada como alicerce do processo criativo. As fases compreendem: pesquisa conceitual (abrangendo referências históricas e culturais), desenvolvimento semiótico (análise de cromatismo, estampas e morfologias), materialização formal (prototipagem e seleção de tecidos como algodão e linho) e avaliação participativa (coleta de feedback dos consumidores). A colaboração ativa de Gilberto Gil, manifestada pelo fornecimento de manuscritos e fotografias inéditas, confere autenticidade simbólica ao empreendimento. Adicionalmente, o artigo explora a análise semântica do design da coleção, evidenciando como os componentes estéticos, tais como estampas (representando folhagens nordestinas e símbolos do Filhos de Gandhi) e a paleta cromática (azul e branco, aludindo à ancestralidade e espiritualidade), evocam iconografias regionais e narrativas de introspecção e performatividade, segmentadas nas sublinhas "A Paz" e "Palco". O lançamento da coleção, que incluiu um *Reels*¹ intitulado "Da raiz aos palcos", é interpretado como uma extensão audiovisual que valida a autoria compartilhada e prefigura a experiência performática proporcionada pelo uso das peças. Em síntese, o estudo demonstra que a coleção Renner x Gilberto Gil transcende a mera condição de mercadoria de moda, configurando-se como um artefato cultural que oferece uma vivência que ultrapassa o consumo imediato. Ao convidar o usuário a incorporar uma narrativa de brasilidade e ativismo cultural, a coleção reitera o papel da moda como agente transformador de discursos e catalisador da memória cultural brasileira.

Palavras-chave

Moda; Identidade Brasileira; Gilberto Gil.

¹*Reels* (ingl. "bobinas"): funcionalidade do Instagram para criação e divulgação de vídeos curtos. sucesso de ações e processos.

Abstract

This article investigates the confluence of fashion and cultural memory by focusing on the collaboration between the retailer Renner and the iconic Brazilian artist Gilberto Gil. The research examines how fashion transcends its primary functionality to become a powerful vector for cultural expression and the valorization of national identity. The collection, launched in February 2025, is presented as a paradigmatic example of the symbiosis between fashion and music, translating Gilberto Gil's trajectory and legacy into garments that celebrate the richness of Brazilian culture, incorporating elements of Tropicalism, Afro-Brazilian influence, and the connection to the Filhos de Gandhi bloc. The methodology employed in the collection's conception is detailed, grounded in the precepts of Treptow (2007) and Merino (2014), which emphasize the importance of in-depth research as the foundation of the creative process. The phases include: conceptual research (covering historical and cultural references), semiotic development (analysis of color, prints, and morphologies), formal materialization (prototyping and selection of fabrics such as cotton and linen), and participatory evaluation (gathering consumer feedback). Gilberto Gil's active collaboration—manifested through the provision of manuscripts and previously unpublished photographs—lends symbolic authenticity to the project. Additionally, the article explores a semantic analysis of the collection's design, demonstrating how aesthetic components—such as prints depicting Northeastern foliage and Filhos de Gandhi symbols, and the blue-and-white palette alluding to ancestry and spirituality—evoke regional iconographies and narratives of introspection and performativity, segmented into the sub-lines "A Paz" and "Palco." The collection's launch, which included a Reel entitled "From the Roots to the Stage," is interpreted as an audiovisual extension that validates shared authorship and prefigures the performative experience offered by the garments. In summary, the study shows that the Renner x Gilberto Gil collection transcends the mere status of a fashion commodity, positioning itself as a cultural artifact that offers an experience beyond immediate consumption. By inviting the wearer to embody a narrative of Brazilian identity and cultural activism, the collection reaffirms fashion's role as a discourse-transforming agent and catalyst of Brazilian cultural memory.

Keywords

Fashion; Brazilian Identity; Gilberto Gil.

1 Introdução

A moda tem a capacidade de transcender o vestuário e se tornar um meio poderoso de expressão cultural. A coleção exclusiva lançada pela Renner em homenagem a Gilberto Gil exemplifica essa fusão entre moda e música, traduzindo a trajetória e a identidade do artista em peças que celebram a riqueza da cultura brasileira. Inspirada na estética e no legado do cantor, a coleção resgata elementos visuais e simbólicos de sua carreira, como o tropicalismo, a influência afro-brasileira e a conexão com o bloco Filhos de Gandhi.

No desenvolvimento dessa coleção, é possível identificar princípios da metodologia de criação de coleção de moda proposta por Treptow, que enfatiza a importância da pesquisa aprofundada como ponto de partida para o processo criativo. Segundo Treptow (2007), a construção de uma coleção deve seguir etapas estruturadas, que incluem a análise de referências culturais e estéticas, a definição de um conceito central e a materialização desse conceito em peças que dialoguem com o público-alvo. No caso da coleção Gilberto Gil, a escolha de cores, materiais e estampas reflete um cuidadoso processo de pesquisa e síntese, garantindo uma tradução fiel da identidade do artista para o universo da moda.

Este artigo propõe uma análise dos aspectos inspiradores dessa coleção, explorando como suas cores, materiais e estampas que foram concebidos para refletir não apenas o estilo pessoal de Gil, mas também sua contribuição para a música e a arte nacional. Ao examinar os detalhes do design

das peças, busca-se compreender de que maneira a moda pode servir como uma extensão da identidade artística e um meio de valorização da memória cultural brasileira.

De acordo com Gil (2002, p. 42), a pesquisa é um “processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico. Em relação a finalidade da pesquisa, trata-se de uma pesquisa básica. A abordagem do problema é uma pesquisa qualitativa. Quanto aos objetivos, é considerado como uma pesquisa descritiva. Os procedimentos técnicos para a coleta de dados contemplam: pesquisa bibliográfica e documental com base em materiais já publicados, como livros, artigos científicos, teses e documentários.

Como estrutura, este artigo apresenta inicialmente um capítulo destinado a contextualização da cultura, apresentando a história, articulações e identidade cultural na moda, a terceira seção descreve a metodologia utilizada; a quarta apresenta os resultados encontrados e discussões; e, finalmente, as considerações finais são apresentadas na quinta seção.

2 CULTURA

Diversos autores convergem ao compreender a cultura como um fenômeno histórico e simbólico que molda práticas, significados e identidades coletivas. Azevedo et al. (2017) definem-na como um complexo sistema de símbolos e práticas adquiridas ao longo do tempo, enquanto Cuche (2002) observa que, com o advento da modernidade, a cultura passou a substituir os instintos como principal meio de adaptação humana. Para os pensadores do século XVIII, a cultura surgiu como categoria essencial para explicar a diversidade social (Santos, 1983), ao passo que estudos etimológicos mostram sua origem no latim *culturam*², associado inicialmente ao cultivo agrícola e depois à formação humana (Giuliano, 2013; Hill, 2006; Belchior & Ribeiro, 2014). Tylor, consolidou essa perspectiva ao caracterizar cultura como o repertório coletivo de conhecimento, crenças, leis e costumes que distingue uma sociedade (Rodrigues, 2008). No século XX, Geertz aprofundou a noção, propondo a cultura como “teia de significados” que exige interpretação simbólica (Ono, 2008; Laraia, 2014), posição reforçada por Thompson (2002 apud Belchior & Ribeiro, 2014), ao conceber cultura como padrão de significados incorporados em formas simbólicas. Por fim, pesquisas contemporâneas no campo da moda, como as de Lima (2022), mostram como a cultura materializa repertórios que podem subverter estruturas de poder e identidades hegemônicas, enfatizando a moda não apenas como reflexo, mas também como agente transformador de discursos sobre gênero, raça e sexualidade.

2.1 IDENTIDADE CULTURAL NA MODA

Alcântara (2023), Neves e Rezende (2021) destacam que moda e arte compartilham um percurso histórico comum como meios de expressão da identidade cultural, nos quais o vestuário deixa de ser apenas cobertura corporal para atuar como linguagem visual de valores, crenças e tradições. No âmbito regional, Borges (2022) observa que as manifestações locais desde trajes típicos e escolhas cromáticas até texturas e padrões confirmam estilos próprios que reforçam o senso de pertencimento comunitário. Hall (2023) acrescenta que a identidade é um construto dinâmico, moldado por contextos históricos e sociais, e que a moda desempenha papel central nesse processo, tanto ao preservar legados culturais quanto ao introduzir inovações.

Quando moda e arte se misturam o vestuário transcende o consumo e torna-se obra de arte narrativa (Falcão et al., 2024). Exemplos clássicos, como a tradução das composições geométricas de Mondrian em vestidos por Yves Saint Laurent (Aubry, 2023) e a parceria entre Louis Vuitton e Takashi Murakami (Zappa, 2021), evidenciam como colaborações artísticas podem enriquecer o discurso

² *Culturam*: termo latino, originalmente associado ao cultivo agrícola, que no século XVI passou a designar também o desenvolvimento humano (Giuliano, 2013; Hill, 2006; Belchior; Ribeiro, 2014).

estético das grifes. Souza (2021) e Lima (2024) apontam que essa apropriação dotada de autenticidade cultural fortalece a conexão das marcas com suas raízes, oferecendo ao público uma experiência estética mais profunda. Nesse contexto, Nojosa (2022) e Balen (2023) sintetizam a moda-arte como plataforma de valorização de culturas regionais e globais, onde a riqueza simbólica das parcerias entre artistas e designers forja um diálogo contínuo entre passado, presente e futuro da identidade cultural.

3 METODOLOGIA

A abordagem metodológica deste estudo foi descritiva e qualitativa, pois não teve o interesse em medir as ações estudadas e nem utilizar instrumentos estatísticos para analisar dados, mas compreender a situação e descrever suas características e variáveis (Godoy, 1995; Gil, 2008).

O método escolhido foi o estudo de caso, que busca investigar em profundidade o contexto de uma situação particular usando várias fontes de evidências, tendo como procedimento utilizou-se a revisão bibliográfica. Articula-se duas abordagens de design de moda complementares neste estudo, a proposta de análise qualitativa, com base nas teorias de Doris Treptow e Merino a integração dessas perspectivas visa equilibrar a profundidade interpretativa com eficiência operacional, fundamental em coleções colaborativas de grande escala.

Executa-se na primeira etapa a pesquisa conceitual, na qual se reúnem as referências históricas e culturais relacionadas ao tropicalismo, a afro-brasilidade e ao ativismo de Gilberto Gil. Conforme Treptow (2007), essa etapa fundamenta-se na seleção criteriosa de materiais de referência, entrevistas semiestruturadas e análise de contexto, garantindo que cada símbolo carregue significado cultural relevante. Merino complementa esse momento ao orientar a definição de objetivos específicos e mensuráveis, prevenindo dispersão conceitual e alinhando expectativas entre *stakeholders*³.

A seguir, ocorre o **Desenvolvimento Semiótico**, fase crucial para mapear as relações denotativas e conotativas de cores, estampas e formas. Inspirados nas categorias peirceanas de Couto & Ponte (2021), utilizamos quadrantes semióticos para identificar ícone, índice e símbolo em cada motivo estampado. Essa análise é reforçada por *insights*⁴ de Barbosa & Silva (2020) acerca da correlação entre forma e contexto cultural. Indiretamente, autores de design de superfície alertam para a necessidade de considerar a recepção simbólica em diferentes nichos de consumo, o que orienta a seleção de motivos tropicais e manuscritos de Gilberto Gil.

Na **Materialização Formal**, a metodologia Treptow enfatiza a prototipagem reflexiva, na qual amostras têxteis são submetidas a testes de toque, resistência e adaptação a diferentes silhuetas. De acordo com Souza (2022), a materialidade deve refletir a intencionalidade política do tropicalismo, o que se traduz na escolha de algodão e linho. O GODP, por sua vez, detalha protocolos para organização de recursos e cronogramas de produção, assegurando que a etapa de prototipagem seja financeiramente viável e logisticamente alinhada às metas de lançamento.

A fase de **Avaliação Participativa** conjuga a etapa de *feedback*⁵ coletivo de Treptow com as diretrizes de Merino para monitoramento de indicadores de desempenho. Comentários de consumidores e críticos de moda são coletados via redes sociais e relatórios de vendas, permitindo ajustes contínuos. Essa abordagem participativa reforça a legitimidade da *collab*⁶, conferindo voz aos públicos que consomem cultura e moda.

³ *Stakeholders*: partes interessadas (indivíduos ou grupos afetados pelo projeto);

⁴ *Insights*: percepções ou descobertas estratégicas;

⁵ *Feedback*: retorno de informação sobre desempenho ou experiência;

⁶ *Collab* (collaboration): colaboração entre marcas ou agentes.

Além disso, aplica-se o GODP em suas fases finais de **Planejamento e Execução**, que incluem planejamento estratégico de marketing, distribuição e pós-venda. Indiretamente, estudos sobre neotribalismo (Oliveira, 2018) e antropofagia (Jezzini, 2019) inspiram a elaboração de *slogans*⁷ e campanhas, integrando significados culturais nos materiais de divulgação.

Por fim, o método contempla um ciclo reflexivo de avaliação pós-projeto, recomendando a análise de *Key Performance Indicators* (KPIs)⁸ como prazo de produção, custo por unidade e engajamento nas redes sociais. Essa retroalimentação assegura lições aprendidas para futuras *collabs*, conforme sugerido pelas práticas descritas nos manuais de Merino e Treptow.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 COLEÇÃO LOJAS RENNER EM HOMENAGEM AO GILBERTO GIL

No panorama da moda brasileira contemporânea, a *collab* entre Renner e Gilberto Gil, lançada em fevereiro de 2025, configura-se como um caso paradigmático de convergência entre produção comercial e resgate de identidades culturais. Inspirada na despedida oficial do artista dos palcos, a coleção incorpora elementos estéticos extraídos do tropicalismo, do reggae e da cultura afro-brasileira, traduzindo-os em estampas, volumes e manuscritos aplicados diretamente nas peças conforme a Figura 1 destaca.



Figura 1: Coleção Lojas Renner em homenagem a Gilberto Gil

Fonte: <https://www.lojasrenner.com.br/b?Ntt=colecacao%20gilberto%20gil> adaptado pela Autora (2025).

A participação ativa de Gilberto Gil no processo criativo por meio do fornecimento de letras manuscritas e fotografias inéditas reforça a autenticidade simbólica do projeto, conferindo à coleção status de documento cultural e não apenas de mercadoria de moda. Em termos semióticos, as estampas evocam iconografias regionais, como folhagens nordestinas e símbolos do bloco afoxé Filhos de Gandhi apresentadas na Figura 2, ao passo que a divisão em sublinhas “A Paz” e “Palco” estabelece narrativas complementares de introspecção e performatividade.

⁷ Slogans: frases de efeito usadas em comunicação de marketing;

⁸ KPIs (*Key Performance Indicators*): indicadores-chave de desempenho, métricas usadas para avaliar o sucesso de ações e processos.



Figura 2: Design de superfície da coleção Gilberto Gil

Fonte: <https://www.lojasrenner.com.br/b?Ntt=colecacao%20gilberto%20gil> adaptado pela Autora (2025).

A paleta cromática, dominada por azul e branco, articula-se a pressupostos de ancestralidade e espiritualidade. Desta forma, a coleção Renner x Gilberto Gil propicia uma experiência de moda que transcende o consumo imediato, convidando o usuário a vestir, literalmente, uma história de brasilidade e ativismo cultural.

4.1 ESTRUTURA DA COLEÇÃO

A estruturação da coleção Renner x Gilberto Gil segue, conforme Treptow (2010), apresenta quatro etapas articuladas de maneira integrada ao GODP (Merino, 2014). Na pesquisa conceitual, reuniram-se referências ao tropicalismo, ao reggae e à afro-brasilidade de Gil, por meio de entrevistas semiestruturadas e *moodboards*⁹ colaborativos que definiram temas centrais (“raiz”, “palco” e “paz”). Em seguida, o desenvolvimento semiótico empregou quadrantes baseados na semiótica peirceana (Couto & Ponte, 2021) para mapear ícone, índice e símbolo em estampas de folhagens, manuscritos e volumes *oversize*¹⁰, cruzando funcionalidade e expressividade. A materialização formal traduziu esses conceitos em protótipos como a camisa “Manuscrito” com grafismos de letras e o vestido “Folhagem” com estamparia digital (Figura 3).

⁹ *Moodboards*: painéis visuais de referência que reúnem imagens, cores, texturas e tipografias, orientando o conceito estético e narrativo de um projeto de moda;

¹⁰ *Oversize*: termo que descreve modelagens propositalmente amplas, com volumes superiores ao contorno corporal, valorizando conforto e expressão de estilo descontraído.



Figura 3: Camiseta Manuscrito a direita e a esquerda Vestido Folhagem

Fonte: <https://www.lojasrenner.com.br/b?Ntt=colecacao%20gilberto%20gil> adaptado pela Autora (2025).

Modelos testados em algodão e linho e ajustados para diversidade de corpos conforme diretrizes de Souza (2022). Por fim, a avaliação participativa combinou *workshops*¹¹ internos e testes de pré-venda digital, coletando *feedbacks* em redes sociais que orientaram ajustes de lote e cronograma. Esse desenho metodológico, ao conciliar a o planejamento de Treptow e a análise operacional do GODP, assegura tanto a autenticidade simbólica da *collab* quanto sua viabilidade logística.

4.1.1 Processo criativo

O processo criativo transitou inicialmente pela seleção conceitual de ícones tropicais como folhagens estilizadas e aves exóticas mesclados a grafismos inspirados no movimento reggae, estabelecendo uma semiose híbrida que reflete o sincretismo cultural de Gil. A definição cromática, centrada em azul e branco, remete ao afoxé Filhos de Gandhi, ao passo que a escolha de algodão e linho atende simultaneamente a exigências de conforto, resistência e leveza. Para comunicar as múltiplas facetas do artista, a coleção foi estruturada em duas sublinhas: “A Paz” (Figura 4), com silhuetas minimalistas e tonalidades suaves, e “Palco” (Figura 4), marcada por volumes amplos e estampas vibrantes que simulam a atmosfera dos palcos iluminados. Essa segmentação permitiu modular a experiência do usuário, adequando-se tanto ao uso cotidiano quanto à performatividade estética.

¹¹*Workshops*: oficinas colaborativas e práticas, nas quais participantes designers, curadores ou stakeholders interagem de forma ativa para gerar ideias, protótipos e consensos sobre conceitos e diretrizes de um projeto de moda.



Figura 4: Sublinha a Paz a direita e Palco a esquerda

Fonte: <https://www.lojasrenner.com.br/b?Ntt=colecacao%20gilberto%20gil> adaptado pela Autora (2025).

O *Reels* de lançamento, intitulado “Da raiz aos palcos” (Figura 5), funciona como extensão audiovisual do processo criativo. Em cerca de 30 segundos, a edição intercala *close-ups*¹² de estampas e manuscritos, cenas do ateliê em que estilistas manipulam algodão e linho ilustrando fases de materialização de Treptow e prototipagem do GODP e trechos instrumentais de Gilberto Gil que reforçam o vínculo sensorial entre moda e música. Textos sobrepostos, como “Celebrando raízes” e “Do palco para seu dia a dia”, sintetizam as narrativas de “A Paz” e “Palco”, atuando como *slogans* que direcionam o olhar do espectador.



Figura 5: Cortes do 1º Reels Da raiz aos Palcos

Fonte: <https://www.lojasrenner.com.br/b?Ntt=colecacao%20gilberto%20gil> adaptado pela Autora (2025).

¹² *Close-ups*: enquadramentos fotográficos que apresentam planos de detalhes ampliados de um objeto ou cena, enfatizando texturas, padrões e elementos estéticos específicos.

Semioticamente, o vídeo estabelece um signo-índice ao vincular a prática artística do músico à materialidade das roupas, legitimando a autoria compartilhada e antecipando a vivência performática proporcionada pelo uso das peças.

4.2 ANÁLISE SEMÂNTICA DO DESIGN

Para Morris (1976), a dimensão semântica de um signo refere-se à relação entre seus elementos sintáticos e os significados que estes podem evocar de forma consensual em uma dada cultura. A semântica lida com significados coletivos, isto é, hipóteses compartilhadas e aceitas por um grupo social por exemplo, o “coração vermelho” como indicador de amor. Morris evita empregar o termo “significado” de modo absoluto, pois o considera ora parte da semântica, ora da pragmática, dependendo do contexto de manifestação. No design, essa concepção é fundamental: ao projetar, o designer formula “unidades semânticas” hipóteses de sentido que espera vir a se concretizar nos usuários e, subsequentemente, pode recorrer a pesquisas de mercado (pragmáticas) para validar essas suposições antes da produção. Diante disso, os significados dos símbolos estampados no vestuário da coleção apresentam elementos da flora nordestina, como coqueiros estilizados, interpretados como signos de resistência cultural e ligação com a ancestralidade. A presença de pássaros tropicais simboliza liberdade ecoando a poética regional. Leituras semióticas das formas e volumes nas peças da linha “Palco”, a silhueta *oversize* e volumes exagerados funcionam como representação da performatividade diretamente ao espelho cênico de shows de Gil. Contrapondo-se a alfaiataria da linha “A paz” sugerindo introspecção e serenidade, trazendo a compressão como busca e pertencimento a uma estética tranquila, porém coletiva.

4.3 ANÁLISE CULTURAL E DE IDENTIDADE

Segundo Jezzini (2010), as formulações do Grupo Neoconcreto, do Cinema Novo e das vertentes engajadas de poesia e teatro, aliadas às diretrizes do “Esquema Geral da Nova Objetividade” e à montagem de Tropicália, ambas concebidas por Hélio Oiticica, convergiram para o surgimento do Tropicalismo no Brasil. Esse movimento aglutinou linguagens diversas a música de Caetano Veloso e Gilberto Gil; o teatro de José Celso Martinez Corrêa em *O Rei da Vela*; o cinema de Glauber Rocha em *Terra em Transe*; e os projetos gráficos de Rogério Duarte, com o propósito de criar um fenômeno cultural dotado de significado político, social e ético. Para Oiticica, o Tropicalismo não constituía mais um “ismo” passageiro, mas sim a síntese crítica e criativa das vanguardas brasileiras desde o fim dos anos 1950, ao romper com as convenções artísticas e instaurar uma lógica experimental construtiva. A representação da afro-brasilidade e legado do tropicalismo na coleção Gilberto Gil, reforça elementos do tropicalismo ao inserir motivos que remetem a manifestos artísticos de 1960, atualizando-os em um contexto comercial e diversificado.

O impacto sociocultural e recepção do público resulta em análises de comentários em redes sociais que indicam percepções positivas, destacando a identificação intergeracional e orgulho cultural, conforme a figura 6, evidenciando a eficácia da narrativa semântica.

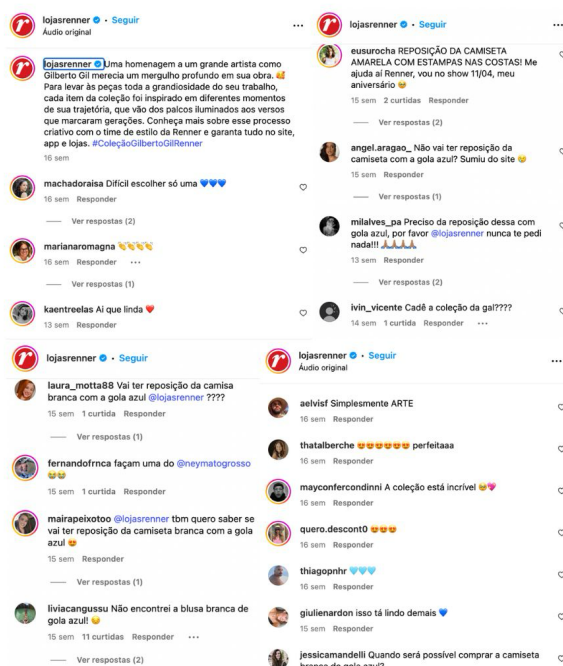


Figura 6: Comentários de consumidores nas redes sociais

Fonte: <https://www.lojasrenner.com.br/b?Ntt=colecacao%20gilberto%20gil> adaptado pela Autora (2025).

A narrativa de resistência empregando cores e referências afóxe traduz a mensagem de resistência histórica e celebração da cultura negra brasileira.

5 CONCLUSÃO

Esta pesquisa examinou de forma aprofundada a interseção entre moda, semiótica e memória cultural por meio da *collab* Renner x Gilberto Gil, aplicando em conjunto as metodologias de Treptow (2010) e GODP (Merino, 2014). Os principais achados indicam que a coleção articula, em suas estampas, volumes e cores, uma narrativa simbólica que retoma legados do tropicalismo, da afro-brasilidade e do ativismo de Gil. Os manuscritos do artista, incorporados como grafismos, reforçam a autoria compartilhada e conferem às peças um caráter poético, enquanto a divisão em sublinhas permite modular os usos da introspecção ao espetáculo performático.

Para profissionais de moda e gestores de marca, este estudo sugere que *collabs* culturais bem-sucedidas demandam tanto pesquisa conceitual que identifique e respeite as unidades semânticas compartilhadas quanto um guia operacional que assegure prazos, custos e qualidade de produção.

Futuras pesquisas poderão avaliar quantitativamente o impacto de *collabs* artísticas no comportamento dos consumidores e explorar outras parcerias que celebrem patrimônios culturais em diferentes regiões do Brasil. Por fim, entende-se que a análise de coleções inspiradas em movimentos artísticos nacionais pode dialogar com temáticas socioambientais emergentes, ampliando o papel da moda como agente de transformação cultural e ética.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Paola Zambon; GIULIANO, Carla Pantoja. **Correlações entre o Cross-Cultural Design e a Moda**. Revista Práxis, Novo Hamburgo, v. 2, n. 14, p. 99-112, jul/dez. 2017.

BARTHES, Roland. **O império dos signos**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

CALADO, Carlos. **Tropicália: a história de uma revolução musical**. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2010. 336 p. (Coleção Todos os Cantos).

COUTO, Mariana dos Santos; PONTE, Raquel Ferreira da. **Métodos do projeto: uma análise semiótica para o Design de Moda**. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2021. 15 p. Manuscrito (Apresentação) – Programa de Pós-Graduação em Design, UFRJ.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2002. 176 p. Disponível em: <chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/http://biblioteca.isctem.ac.mz/bitstream/123456789/734/1/%5BAntonio-Carlos-Gil%5D-Como-elaborar-projetos-de-pes%28z-lib.org%29.pdf>. Acesso em: 22 out. 2024.

GODOY, Arilda. **Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais**. Revista de Administração de Empresas. São Paulo, v. 35, n.3, p, 20-29 Mai./Jun. 1995.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2016.

JEZZINI, Jhanainna Silva Pereira. Antropofagia e Tropicalismo: identidade cultural. **Visualidades**, Goiânia, v. 8, n. 2, p. 49-73, 27 abr. 2012. Universidade Federal de Goiás. <http://dx.doi.org/10.5216/vis.v8i2.18275>. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/VISUAL/article/view/18275/10914>. Acesso em: 28 out. 2024.

LIMA, Carol Barreto de. **Modativismo: práticas feministas e antirracistas em processos criativos decoloniais**. Orientadora: Profa. Dra. Renata Pitombo Cidreira. Tese (doutorado) – Universidade Federal da Bahia, Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos, Salvador, 2022.

MARINO, Rafael. POLÍTICA E ESTÉTICA NA TROPICÁLIA. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, [S.L.], v. 35, n. 102, p. 1-5, 2020. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/3510201/2020>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/CN8RksnS87pr5K4tTYjdhFh/?lang=pt>. Acesso em: 28 out. 2024.

MERINO, Giselle Schmidt Alves Díaz. **Metodologia para a prática projetual do design: com base no projeto centrado no usuário e com ênfase no design universal**. 2014. 212 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Florianópolis, 2014.

MICHETTI, M. **Moda Brasileira e Mundialização: mercado mundial e trocas simbólicas**. Doutorado (Tese) – Doutorado em Sociologia, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas (IFCH-UNICAMP), Campinas/SP.

OLIVEIRA, Bianca Rodrigues de; MARINHO, Thais Alves. A Sociedade do Consumo e o Movimento de Vanguarda. **Arquivos do Cmd**, Goiais, v. 6, n. 2, p. 133-146, 12 ago. 2019. Biblioteca Central da UNB. <http://dx.doi.org/10.26512/cmd.v6i2.23761>. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/CMD/article/view/23761/23282>. Acesso em: 28 out. 2024.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. **Moda-modernidade**. In: Teoria de Moda: sociedade, imagem e consumo. Barueri, SP: Estação das Letras Editora, 2007.

SOUZA, Nívea Faria de. Figurino Tropicália: moda e movimento. **Revista Veredas da História**, [S.L.], v. 11, n. 2, p. 124-141, 28 dez. 2018. Universidade Federal da Bahia. <http://dx.doi.org/10.9771/rvh.v11i2.47881>. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/rvh/article/view/47881/26072>. Acesso em: 28 out. 2024.

RÜTHSCHILLING, Evelise Anicet. **Design de Superfície**. Porto Alegre: Editora da Ufrgs, 2008. 104 p.

TREPTOW, Dóris. **Inventando moda: planejamento de coleção**. 4ª ed. Brusque: D. Treptow, 2007.