

MODA, IDENTIDADE E OS INTERCÂMBIOS ENTRE ARTE E SOCIEDADE

FASHION, IDENTITY, AND THE INTERCONNECTIONS BETWEEN ART AND SOCIETY

Tamyris Dutra Mendes¹ i
Bethania Fernandes da Fonseca² ii

RESUMO

Esta pesquisa teve como objetivo compreender como moda, identidade e meios artísticos se conectam na construção da identidade, tanto em nível individual quanto coletivo. Partindo do pressuposto de que o vestuário se apresenta como uma linguagem visual e simbólica, buscou-se entender como as pessoas atribuem sentido ao que vestem. Para isso, foi aplicado um formulário com perguntas abertas e fechadas, captando relatos, percepções e referências culturais ligadas à análise. A partir das respostas, foi possível identificar eixos centrais de análise, como a influência da música, do cinema e das artes visuais nas escolhas estéticas dos participantes. Mais do que apenas seguir tendências, a roupa é percebida como forma de expressão pessoal e social. A análise foi embasada em autores como Svendsen e Polhemus, que ajudam a compreender a moda como um fenômeno cultural dinâmico, atrelado à subjetividade, símbolos e contextos diversos.

Palavras-chave: Consumo. Estilo de vida. Tribos urbanas. Personalidade. Semiótica.

ABSTRACT

This research aimed to understand how fashion, identity, and artistic forms are connected in the construction of identity, both at an individual and collective level. Assuming that clothing functions as a visual and symbolic language, the study sought to understand how people assign meaning to what they wear. For this purpose, a questionnaire with open and closed questions was applied, capturing participants' reports, perceptions, and cultural references related to the analysis. Based on the responses, some central axes of analysis were identified, such as the significant influence of music, cinema, and visual arts on participants' aesthetic choices. More than merely following trends, clothing is perceived as a form of personal and social expression. The analysis was supported by authors such as Svendsen and Polhemus, who help to understand fashion as a dynamic cultural phenomenon, linked to subjectivity, symbols, and diverse contexts.

Keywords: Consumption. Lifestyle. Urban tribes. Personality. Semiotics.

¹ Graduanda em Design de Moda na Faculdade SENAI de Tecnologia em Design de Moda. E-mail: tamyrisdutram@gmail.com

² Professora e pesquisadora nas áreas de Varejo e Consumo de Moda. Mestre em Têxtil e Moda (EACH/USP). E-mail: bethania.fernandes@sp.senai.br

1 INTRODUÇÃO

A moda não se restringe apenas à sua função prática de vestir o corpo, sendo também uma forma de expressão cultural e artística, capaz de comunicar identidades e valores. Desde os primeiros adornos utilizados pelo homem pré-histórico até as coleções contemporâneas que desfilam nas passarelas, a moda sempre refletiu e influenciou as transformações sociais, culturais e artísticas de cada época. Conforme Castilho (2009, p. 14):

"Moda é uma linguagem que articula e organiza dois sistemas de expressão complexos que poderiam também ser compreendidos individualmente, mas, como usualmente entendemos, moda é a forma de vestir e adornar o corpo segundo tendências contemporâneas, apresentadas sucessivamente ao mercado, portanto devemos incluir aqui tanto o sistema da roupa como também o sistema do corpo."

De acordo com essa perspectiva, nota-se como a moda não se limita ao vestuário, mas envolve também a relação entre o corpo e a conexão dele com o mundo ao redor, dialogando constantemente com outros meios que também constroem a sociedade. Desse modo, além de refletir mudanças, a moda também as impulsiona, estabelecendo um intercâmbio constante com as artes, a cultura e a identidade social. Um exemplo disso pode ser observado na moda dos anos 1960, cujas cores vibrantes e cortes ousados refletiam não apenas uma tendência estética, mas também um movimento social de liberdade e rebeldia.

A moda, ao se relacionar com diferentes manifestações artísticas, não apenas inspira novas tendências, mas também contribui para a construção e reforço de identidades individuais e coletivas. Ela funciona como uma ponte entre o individual e o cultural. Dutra (2014, p. 34) reforça essa ideia ao afirmar que "a cultura é extremamente significativa e influente no processo do vestuário como comunicação. Através dela, o indivíduo pode desenvolver sua perspectiva ante ao meio em que vive, como suas preferências e insere-se ou afasta-se de determinados grupos sociais." Nesse sentido, estudar a moda também abrange compreender como ela reflete e molda identidades, além de influenciar diretamente movimentos artísticos e mudanças culturais.

Apesar da relevância da moda como fenômeno social e artístico, pouco se sabe sobre como ela atua como mediadora entre identidade, arte e sociedade, indicando uma lacuna que esta pesquisa busca preencher. Em um mundo cada vez mais

globalizado, onde culturas locais e globais se misturam, compreender como a moda dialoga com as artes é fundamental não apenas para preservar identidades, mas também para promover a diversidade cultural. Linke (2021, p. 45) destaca que "a moda influencia não somente as tendências do vestuário, mas também diversas atividades produtivas e culturais [...], atingindo a sociedade e o ambiente". Entretanto, a escassez de estudos interdisciplinares que abordem essas interações reforça a importância de novas pesquisas sobre o tema.

Portanto, o objetivo geral desta pesquisa é analisar os intercâmbios entre moda, identidade, arte e sociedade, investigando como a moda reflete e influencia a sociedade, atuando como um espelho das transformações históricas e como um agente ativo na formação e ressignificação de identidades. Para isso, serão exploradas as trocas mútuas entre moda e meios artísticos, bem como seu papel na construção de narrativas identitárias em diferentes contextos sociais e culturais.

2 METODOLOGIA

2.1 Local de Realização

A pesquisa foi conduzida de maneira online, com a distribuição do questionário feita através de redes sociais e aplicativos de conversa da autora do artigo.

2.2 Amostra

A pesquisa foi realizada com uma amostra de 26 participantes, recrutados por meio de divulgação aberta, sem seleção prévia, em redes sociais e em grupos de networking voltados para profissionais e interessados na área de moda. Sendo uma amostra por conveniência não probabilística.

2.3 Coleta de Dados

Para a coleta de dados, foi utilizado um questionário de 7 questões composto por perguntas fechadas e abertas, elaborado com base nos objetivos da pesquisa. O questionário mapeou o perfil dos participantes e sua relação com a moda, a percepção sobre a moda como ferramenta de construção de identidade, e a influência de diferentes meios artísticos na relação dos respondentes com a moda.

Foram utilizadas questões demográficas e quantitativas (sobre faixa etária, percepção sobre a moda, etc.), e questões qualitativas, permitindo respostas abertas para explorar as percepções dos participantes sobre o uso de vestuário como expressão pessoal e suas influências culturais.

A pesquisa foi conduzida durante o período de uma semana do dia 12/04/2025 a 19/04/2025. A participação foi voluntária, e os respondentes foram informados sobre os objetivos do estudo, garantindo o consentimento informado.

2.4 Análise dos Dados

A análise dos dados quantitativos foi realizada utilizando a ferramenta estatística Excel, com o objetivo de identificar padrões e tendências nas respostas dos participantes. As perguntas fechadas foram mapeadas em gráficos com o intuito de analisar as características demográficas e as opiniões dos participantes sobre os temas.

As respostas qualitativas foram analisadas por meio de uma análise de conteúdo, identificando padrões comuns nas experiências e percepções dos participantes.

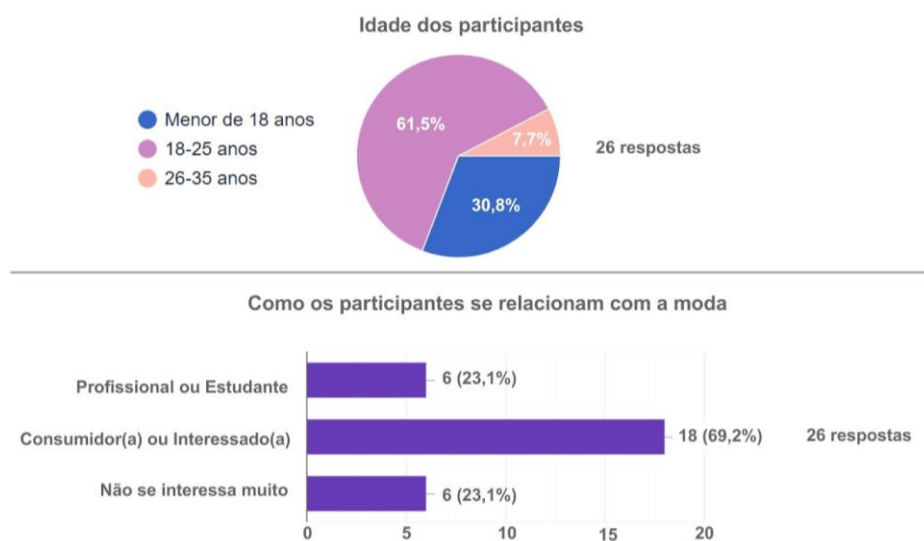
Todos os participantes foram informados sobre o objetivo da pesquisa, os procedimentos envolvidos, e o uso confidencial das informações. O consentimento informado foi obtido antes da participação dos indivíduos, e todos

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1 Perfil dos Respondentes

A pesquisa contou com a participação de 26 respondentes, que compartilharam suas percepções sobre moda e identidade.

Figura 1 - Perfil dos Participantes



Fonte: Dados originais da pesquisa

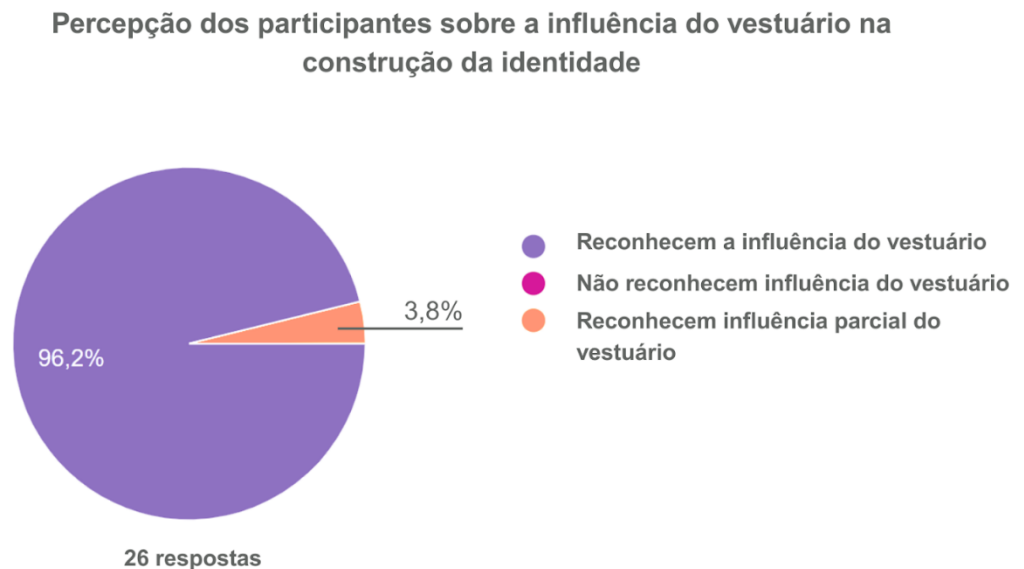
A amostra foi composta principalmente por indivíduos com idades entre 18 e 25 anos (62%), seguidos por um número menor de participantes menores de 18 anos (30%), e uma pequena parcela de respondentes na faixa de 26 a 35 anos (8%). Não houve respostas representativas para as faixas etárias acima de 35 anos. O estudo contou com uma diversidade de indivíduos, mas nota-se uma predominância de

jovens adultos no grupo pesquisado, o que pode influenciar as percepções sobre moda e cultura visto que os jovens que protagonizam a cultura do consumo de estilos como afirma Santana (2018, p. 36-37) “[Os jovens] se apropriam de culturas que enxergam como correlatas às expectativas (muitas vezes utópicas) que formulam. Frente a este anseio dos jovens por conquistar tais padrões sociais, a indústria cultural se aproveita para produzir elementos que atraíam este público”

Na pergunta de múltipla escolha sobre a forma como se relacionam com a moda, 70% dos participantes indicaram que se interessam ou consomem moda, 23% afirmaram atuar profissionalmente ou estudar na área, e outros 23% demonstraram ter pouco interesse no tema. Dados que indicam como os participantes da pesquisa ocupam simultaneamente diferentes posições em relação à moda, seja como profissionais, consumidores ou não interessados.

3.2 Moda, Arte e Identidade

Figura 2 - Foi investigado junto aos participantes a percepção sobre a influencia do vestuário na construção de identidade



Fonte: Dados originais da pesquisa

Ao serem questionados sobre a influência do vestuário na construção da identidade, 96% dos participantes responderam que sim, compartilham da ideia de que as roupas têm um papel importante nesse aspecto. Essa ideia aparece também nas reflexões de Lars Svendsen (2010), que entende o vestuário como algo que participa ativamente da forma como nos apresentamos e nos compreendemos socialmente. Para ele, “as roupas são uma parte vital da construção social do eu” (p. 11). As respostas abertas à questão sobre a influência do vestuário também revelaram três principais grupos distintos nas declarações dos participantes: (1) a moda como forma de comunicação e linguagem visual; (2) a moda como reflexo da personalidade e humor; e (3) a moda como meio de inserção e reconhecimento em grupos sociais. Esse padrão foi reforçado por Svendsen (2010, p.43), que aponta que “símbolos são centrais para toda conformação de identidade” destacando que a moda atua como um sistema simbólico, onde o vestuário comunica aspectos do indivíduo e sua conexão com diferentes grupos sociais.

Quadro 1 - Percepção da moda como ferramenta de comunicação:

Moda como comunicação e linguagem visual	Moda como reflexo da personalidade e humor	Moda como meio de inserção e reconhecimento social
“Expresso estilos (principalmente os baseados em estilos musicais como emo e punk por exemplo) e questões de gênero.”	“Acredito que a maneira que visto reflete o meu comportamento, pois sou uma pessoa que não tem muitas exigências e que também não se importa em seguir um padrão estético, portanto tenho apenas duas exigências para me vestir: a roupa me serve e ela fica bem em mim.”	“Na área acadêmica, procuro usar roupas elegantes para ser me encaixar em um padrão profissional estabelecido. No casual, gosto de usar roupas maximalistas, com vários acessórios. Meu objetivo é transparecer os meus gostos e o meu interesse de me conectar com pessoas ao meu redor.”

<p>"Uso diferentes combinações de cores pra expressar oq tem dentro da minha cabeça, e ainda uso símbolos políticos q explicam muito como eu penso sobre o mundo"</p>	<p>"Sim, com base em filmes e gostos pessoais me visto da forma que quero que as pessoas me vejam, mas nao tenho um gosto especifico, depende muito do meu humor do dia."</p>	<p>"Sou não binário e faço parte de subcultura. O jeito que eu me visto faz parte de como me sinto confortável no meu gênero e das minhas paixões pessoais."</p>
<p>"Sempre fui uma pessoa com muita dificuldade de comunicação, então, na adolescência comecei a usar roupas e acessórios que indicassem meus gostos para que fosse mais fácil a interação com novas pessoas"</p>	<p>"Muitas vezes de forma indireta, acabo demonstrando o os meus sentimentos e meu estado mental, por exemplo, quando estou mal, tendo a passar mais maquiagem e usar roupas menos elaboradas"</p>	<p>"Muito ligadas à religião que professo, utilizando branco em momentos especificos e sempre às sextas-feiras por exemplo. Aquisição de roupas e/ou acessórios com significado simbólico não apenas religioso, mas com uma linha mais vintage."</p>
	<p>"Escolho roupas que gosto e baseado em como me sinto naquele dia/momento."</p>	<p>"...Na adolescência comecei a usar roupas e acessórios que indicassem meus gostos para que fosse mais fácil a interação com novas pessoas"</p>
	<p>"Sim, por meio de modelagens, cores e proporções eu busco expressar meu humor e gostos"</p>	<p>"Uso roupas relacionadas ao goticismo e músicas rock/metal, transitando entre esses estilos como forma também de expressar minha identidade de gênero e androgenia, tanto um lado mais feminino (gótico mais</p>

		vampiresco) quanto mais masculino (estilo mais nu metal ou até um metal mais pesado).”
		“Utilizo camiseta de mídias que eu gosto para encontrar pessoas com gostos similares”
		“Iniciei recentemente em uma empresa com um dress code um pouco mais formal do que o convencional, e o público alvo possui uma idade muito superior a minha (19/30 anos). Não me adaptei inicialmente ao tipo de roupa exigida, mas me rendi e percebi que pude me adaptar”

Fonte: Dados originais da pesquisa

No que diz respeito à dimensão social, houveram diversas menções acerca do vestuário como facilitador de pertencimento à subculturas específicas. Como afirmam os participante *“uso roupas relacionadas ao goticismo e músicas rock ou metal, transitando entre esses estilos como forma também de expressar minha identidade de gênero e androginia”*, *“sou não binário e faço parte de subcultura. O jeito*

que eu me visto faz parte de como me sinto confortável com meu gênero e das minhas paixões pessoais". Essas falas exemplificam a análise de Ted Polhemus (1996, p. 45, tradução nossa), que observa: "Há mais de cinquenta anos, os jovens têm conseguido delimitar comunidades claras dentro do deserto social da vida contemporânea, tecendo subculturas a partir de afiliações estilísticas e musicais."

Ainda no campo de pertencimento a grupos sociais, um participante salienta que utiliza suas roupas para a expressão de ritos religiosos *"Muito ligadas à religião que professo, utilizando branco em momentos específicos e sempre às sextas-feiras por exemplo."* indo além de uma preferência estética, utilizando a moda como forma de sinalizar pertencimento a uma crença e respeito a tradições.

Na esfera da moda como reflexo da personalidade e humor, as escolhas de vestimenta podem ser uma forma imediata de expressar estados psicológicos. Muitos participantes destacaram que seu estilo varia conforme o humor do dia, o que reflete diretamente a ideia de que o vestuário pode ser um reflexo da psique. Por exemplo, um participante afirmou: *"Usar diferentes combinações de cores pra expressar oq tem dentro da minha cabeça"* outro participante também destacou: *"Muitas vezes de forma indireta, acabo demonstrando os meus sentimentos e meu estado mental, por exemplo, quando estou mal tendo a passar mais maquiagem e usar roupas menos elaboradas"*.

Dessa forma, o estilo não é apenas uma escolha estética ou uma adesão a tendências momentâneas, mas uma forma de identificar e projetar o próprio "eu", seja dentro de uma subcultura ou na vida cotidiana. De acordo com Mesquita (1997), que faz referência a estudos de Argyle sobre comportamentos não-verbais, o vestuário, assim como a expressão facial, gestos e posturas, faz parte de um sistema de comunicação não-verbal que permite a transmissão de estados emocionais e identidades pessoais. Portanto, o vestuário pode ser um dos canais pelos quais uma pessoa expressa o que sente internamente e como se vê isto.

4 CONCLUSÃO

A presente pesquisa analisou os intercâmbios entre moda, identidade, arte e sociedade e teve como objetivo compreender como a moda reflete e influencia as transformações culturais e sociais, atuando como meio de expressão de identidade individual e coletiva.

Os resultados indicam que a maioria dos participantes reconhece o vestuário como um meio de comunicação capaz de refletir seus gostos, estilos e pertencimentos a grupos específicos. Os relatos evidenciam as principais influências culturais, sendo predominante a música, seguida pelo cinema e pelas artes visuais. Assim, se torna evidente o caráter interdisciplinar da moda e sua conexão com diferentes manifestações culturais.

Apesar das limitações relacionadas ao tamanho e perfil da amostra, o estudo contribui para o entendimento da moda como um fenômeno de características e influências mistas, que atua tanto como reflexo das transformações sociais quanto como agente ativo na ressignificação de identidades.

Portanto, esta pesquisa reforça a importância da compreensão da moda para além da reprodução de tendências. Podendo ser vislumbrada, também, como uma ferramenta da linguagem simbólica que comunica valores, emoções e conexões culturais, influenciando e sendo influenciada por diversos tipos de expressões.

REFERÊNCIAS

- CASTILHO, Kathia. Moda e linguagem. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2009.
- FIGUEIREDO, Gisela V. De Carvalho. MODA & ARTE: FLORES PARA
DUTRA, Kelly; GHIZZO, Marcio; MATTÉ, Livia Laura. Moda e identidade:
considerações sobre indumentária gaúcha. *Ponto Revista Científica*, v. 1, n. 1, p. 34,
dez. 2014. Disponível em:
<https://periodicos.utfpr.edu.br/ponto/article/download/5384/3356>. Acesso em:
23/03/2025
- LINKE, Paula Piva. Moda (in)sustentável? *Projética*, Londrina, v. 12, n. 2, 2021.
Disponível em:
<https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/40725/30215> . Acesso
em: 08/03/2025
- MESQUITA, Rosa Maria. Comunicação não-verbal: relevância na atuação
profissional. *Revista Paulista de Educação Física*, v. 11, n. 2, p. 155-163, 1997.
Disponível em: <https://revistas.usp.br/rpef/article/view/138567>. Acesso em:
09/08/2025
- POLHEMUS, Ted. *Style Surfing: What to Wear in the Third Millennium*. Londres:
Thames and Hudson, 1996.
- SANTANA, Aline Gomes. O Consumo Cultural de Jovens na Cultura Hallyu. 2018. p.
36-37. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/CMD/article/view/22455>.
Acesso em 09/08/2025
- SLOWEY, A. Mother worship. *Elle Magazine*, Estados Unidos, n.217, pág. 304, set.
2003.
- SMITH, Adam. *The Theory of Moral Sentiments*. Org. Sálvio Marcelo Soares; Rev. S.
M. Soares. São Paulo: MetaLibri, 2006.
- SVENDSEN, Lars. *Moda: uma filosofia*. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges.
Rio de Janeiro: Zahar, 2010
- ZUZU. *Tramas para Reencantar o Mundo*, n. 1, 2015. Disponível em:
<https://portalespiral.cp2.g12.br/index.php/tramas/article/view/175>. Acesso em:
09/08/2025

AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar minha sincera gratidão a todos que tornaram possível a realização desta pesquisa. Agradeço, primeiramente, à minha orientadora, Bethania Fernandes, pelo apoio, paciência e orientação durante todas as etapas deste trabalho, por compartilhar seus conhecimentos e incentivar meu desenvolvimento acadêmico.

Agradeço também aos meus pais e amigos pelo apoio incondicional, compreensão e incentivo em cada momento desta trajetória.

Por fim, agradeço à Faculdade SENAI SP pela oportunidade de participar deste projeto, que certamente me enriqueceu a nível acadêmico e pessoal.

APÊNDICE A

Questionário aplicado aos participantes:

1 - Qual sua idade?

- Menor de 18 anos
- 18-25 anos
- 26-35 anos
- 36-45 anos
- 46-50 anos
- Acima de 51 anos

2 - Como você se relaciona com a moda?

- Profissionalmente/Estudante
- Como consumidor/a ou interessado/a
- Não me interessa muito

3 - Você acredita que o vestuário (utilização de roupas) influencia na construção de identidade?

- Sim
- Não
- Em partes

4 - Você usa suas roupas para se expressar?

Como você faz isso? Pode dar um exemplo de como faz isso?

5 - Qual meio artístico mais influencia sua relação com a moda?

- Música
- Cinema
- Artes Visuais (pintura, escultura, fotografia)
- Literatura
- Outros...

6 - Você percebe a moda como um reflexo das trocas culturais entre diferentes formas de arte, como a música, o cinema ou as artes visuais?

(Por exemplo: roupas que se inspiram em filmes, clipes musicais, estilos de artistas ou movimentos culturais.)

Sim, frequentemente

Às vezes

Não vejo essa conexão

7 - Você já sentiu que a moda ajudou a conectar você a uma manifestação cultural ou artística específica (Cinema, Literatura, Música, Dança, etc)? Explique.

SOBRE O(S)AUTOR(ES)

Sobre os autores:

i Tamyris Dutra Mendes



Cursa atualmente Graduação em Design de Moda pela Faculdade SENAI de Tecnologia em Design de Moda (2025). Possui formação em Técnico em Vestuário pela Escola SENAI Francisco Matarazzo (2022). Tem experiência na área de moda com ênfase em Estilo. É atualmente estagiária de estilo na empresa La Gea e atua no setor de desenvolvimento (2025).

ii Bethania Fernandes da Fonseca



Professora do curso de Moda no Istituto Europeo di Design - IED São Paulo, Professora no curso superior de tecnologia de Design de Moda - SENAI /SP, Professora no curso superior de Design de Moda - Formato EAD - SENAC /SP e orientadora dos trabalhos de conclusão de curso de MBA em em Marketing- formato EAD - USP /ESALQ. Mestre em Têxtil e Moda pela Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo - EACH/USP , MBA em Digital Business - Instituto PECEGE USP /ESALQ, Licenciatura em Pedagogia pela Faculdade de Educação Paulista , Especialização em Gestão Estratégica de Mercado pela Fundação Getúlio Vargas, especialização em Gestão Empresarial pela Universidade Metodista de São Paulo e graduada em Moda pelo Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. Profissional com mais de 10 anos de experiência no varejo de moda.