

Realização:



15 - 16 de Setembro

Evento online

@sinelmic

sinelmic.ufma@gmail.com

MODA, MEMÓRIA E PERTENCIMENTO: BALENCIAGA COMO DISPOSITIVO DE DISPUTA SIMBÓLICA

Mariana da Silva Valente¹
Níncia Cecília Ribas Borges Teixeira²
Universidade Estadual do Centro-Oeste, UNICENTRO

Resumo

Esta pesquisa tem como objetivo analisar a estética de ruptura proposta pela Balenciaga sob a direção criativa de Demna Gvasalia (2015–2025), investigando como a marca mobiliza a memória coletiva como estratégia simbólica na moda contemporânea. Busca-se compreender de que modo a *maison* tensiona códigos tradicionais, ressignifica narrativas do vestuário e, ao mesmo tempo, incorre em paradoxos de apagamento cultural ao estetizar vulnerabilidades sociais sem legitimar os sujeitos de origem. A fundamentação teórica ancora-se nos Estudos Culturais (Hall, Johnson), nas reflexões sobre consumo e moda (Lipovetsky, Bauman) e nos aportes da Análise do Discurso. Soma-se a esse quadro a perspectiva de Maurice Halbwachs sobre memória coletiva e individual, trabalhada por Sonia Maria Zanezi Peres (2021), fundamental para compreender como a moda atua como depositária e reconfiguradora de lembranças compartilhadas. A metodologia articula análise discursiva e cultural de materiais visuais e midiáticos, com ênfase em desfiles icônicos e campanhas digitais da marca. Foram observados elementos de memória, pertencimento e resistência presentes tanto nas narrativas visuais quanto na recepção dos consumidores em redes sociais. Os resultados apontam que a Balenciaga consolida seu lugar no imaginário coletivo ao transformar referências cotidianas em ícones de luxo, ativando afetos e vínculos de pertencimento. Contudo, esse processo também revela estratégias de silenciamento, ao estetizar signos da marginalidade sem inclusão efetiva. Conclui-se que a memória, nesse contexto, constitui-se como eixo central da estratégia estética e comunicacional da marca, influenciando escolhas de consumo e afirmações identitárias.

Palavras-chave: Balenciaga; Moda; Memória coletiva; Consumo; Identidade.

¹ Mestranda em Letras. Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL) da Unicentro. Membro do Grupo de Pesquisa LABECIR/CNPq, email: marianavalente1996@gmail.com

² Professora do Curso de Letras da Unicentro, email: ninciaborgesteixeira@yahoo.com.br

Realização:



II SINELMIC

II Simpósio Nacional de Estudos em Línguas, Memórias,
Identidades e Culturas

ANACLETA, PRESENTE!



15 - 16 de Setembro



Evento **online**



@sinelmic



sinelmic.ufma@gmail.com