

9.00.00.00-5

OUTROS

MODA

A MODA NOS ANOS 70. ABORDAGEM SOBRE A REVISTA MANEQUIM

Sabrina Soledad Gôngora Picoli

Acadêmica do Curso de Moda do Cesumar – Centro Universitário de Maringá – Maringá - Paraná.

José Mário Martinez Ruiz (orientador)

Docente do Curso de Moda do Cesumar – Centro Universitário de Maringá – Maringá - Paraná.

No decorrer da década de setenta, o Brasil estava sob regime militar, o governo acelerava a repressão e ao mesmo tempo divulgava a idéia de um país grande e promissor. Durante essa época de censura ao rádio, televisão e imprensa, as revistas de moda transitam às tendências de uma moda industrial, democrática e individualista. A moda passou por uma diversificação, renovação com roupas nascendo da reorganização das décadas anteriores. Os jovens negavam a produção em massa, vestindo se de forma anárquica e despojada. Conhecemos o milagre econômico, conseqüentemente, nas mulheres nasceu o desejo de ser independente e com os gostos similares aos dos homens, consumindo cada vez mais. O império do jeans, delineava o corpo, realçava os quadris definindo a silhueta, isso reflete a praticidade e individualidade. após o golpe de 64, principalmente durante os anos 70, emergiram uma série de empresas privadas e governamentais ligados à indústria cultural. Dessa forma consolidaram conglomerados que controlavam os meios de comunicação em massa, houve o boom da literatura com o advento dos best sellers. Com base nesse contexto de profundas transformações em termos culturais, políticos e de gênero, buscamos nessa pesquisa recuperar a memória da moda adotada no Brasil, e como referência a revista da época, revista Manequim. O objetivo é rastrear o ideal, a referência de elegância, classificando os artigos e tendências adotadas por esta, contribuindo para elaboração de um material histórico sobre a moda no Brasil na década de setenta. Justificamos a periodização pelo momento de crescimento da indústria cultural. A forte repressão que trouxe formas sutis de contestar e a moda pode ser um argumento de oposição aos padrões vigentes. Ressaltando que as mulheres estavam buscando um lugar no mercado e reivindicando melhores condições de trabalho. O "corpus" documental a ser analisado será constituído de cinquenta revistas, da época, sendo cinco de cada ano. O procedimento metodológico será catalogado e classificado quanto assuntos da revista. Seguindo o roteiro: quais são as vogas de cada ano, os estilistas nacionais e internacionais que influenciava e enfatizava a moda pela revista, artigos de beleza e embelezamento feminino e todos os estilos evidenciados pela revista. Os resultados serão apresentados através de texto dissertativo, da apresentação de gráficos e tabelas. Esperamos mostrar a diversidade na moda dos anos 70, assim como recuperar a memória da mesma.

PROBIC/CESUMAR – Programa de Bolsas de Iniciação Científica CESUMAR

sabrinapicoli@hotmail.com

OS PARADIGMAS DOS MANEQUINS E OS SIGNOS DA MODA - ESTUDO SOBRE AS GRADES DE MEDIDAS UTILIZADAS PELA INDUSTRIA DO VESTUÁRIO E SUA RELAÇÃO COM O COMPORTAMENTO DAS MULHERES DE 35 A 50 ANOS NO NORTE DO PARANÁ

Laura Silvana Casado da Rosa

Acadêmica do Curso de Moda do Cesumar – Centro Universitário de Maringá – Maringá - Paraná.

José Mário Martinez Ruiz (orientador)

Docente do Curso de Moda do Cesumar – Centro Universitário de Maringá – Maringá - Paraná.

O mercado contemporâneo da moda encontra-se inserido em uma sociedade fragmentada em segmentos específicos com necessidades individualizadas, sendo um deles composto pelo grupo de mulheres norteparanaenses de 35 a 50 anos que possuem corpos modificados pela idade e não conformes aos padrões das medidas padronizadas pela NBR13377/ABNT. Avaliar as possíveis implicações psicossociológicas em relação a esse público em relação à não adequação das propostas de forma e design de peças do vestuário às proporções dos corpos modificados pela idade, por parte da indústria confeccionista no Norte do Paraná. Buscamos ainda destacar a importância da pesquisa de moda e mercado e comprovar a necessidade da adoção de uma padronização normalizada oficialmente, apresentando em grades de numeração abrangentes, objetivando organizar o setor, visando o adequado atendimento ao consumidor e a expansão do mercado. Consultamos bibliografia interdisciplinar, a fim de obtermos suporte conceitual. Utilizamos consulta a periódicos especializados, bem como pesquisa documental. Realizamos ainda pesquisa exploratória por entrevistar mulheres de 35 a 50 anos na cidade de Maringá das classes A e B. Entrevistamos profissionais ligados às áreas de psicologia, sociologia, tecnologia da confecção, desenvolvimento de produto e estilo. 90% das entrevistadas afirmaram possuir medidas corporais desproporcionais em relação aos padrões ditados pela moda e medidas referência componentes da NBR13377. Afirmaram sofrer significativo desconforto emocional e físico em razão da não adaptação de seus corpos às medidas de modelagem adotadas pela indústria confeccionista de maneira geral. Verificamos que integrantes da CB-17 não fazem uso das medidas referência NBR13377 que ajudaram a criar, adaptando a seus produtos uma alteração extra-oficial da referida norma. 75% do público entrevistado afirmou desejar que o setor confeccionista se organize, atendendo a contento suas necessidades. As entrevistas com profissionais das áreas humanas e técnicas revelaram a necessidade de incremento na pesquisa e organização da indústria confeccionista, bem como por parte dos criadores de moda. O não atendimento do mercado de moda e do setor confeccionista norte paranaense com respeito ao corpo modificado da mulher norteparanaense de 35 a 50 anos pode contribuir para o agravamento de problemas emocionais e de comportamento. Comprovamos a não eficiência da normalização oficial para medidas padrão de referência para peças de vestuário e a necessidade de novos estudos para a adoção de um padrão adequado. Compreendemos ainda ser necessidade significativa a organização por parte do setor no que tange ao investimento em pesquisa de moda e mercado referentes a modelagem e estilo, objetivando o atendimento a contento deste público-alvo consumidor.

PIC/CESUMAR – Programa de Iniciação Científica do CESUMAR

l.lovacco@onda.com.br; josemario@cesumar.br