

CAPITAL DO VESTUÁRIO: CRIAÇÃO OU REPRODUÇÃO DA MODA?

Cristiane Pinzan¹; Renata Marcelle Lara Pimentel²

RESUMO: Com as modificações da pós-modernidade, as pessoas se identificam, cada vez mais, ao mesmo tempo de formas semelhantes e variadas. Vivencia-se um processo complexo de aceitação e rejeição de estilos variados. As culturas envolvem diversidade e relações de poder e dominação que suscitam questionamentos. O vestuário, por exemplo, pode indicar gênero, “construção identitária” e classe social. Variados grupos sociais, como hippies, skatistas, emos e, até mesmo, grupos religiosos como católicos e evangélicos, podem ser identificados, ainda que de maneira estereotipada, pelo vestuário. O objetivo central desta pesquisa é compreender a moda, como elemento cultural, na cidade de Cianorte, no Paraná, no que tange à sustentação do título, atribuído a Cianorte, de Capital do Vestuário. Nesse sentido, este estudo interroga sobre a produção ou reprodução da moda em Cianorte, a fim de saber se a cultura, no campo da moda, na cidade em questão, é produzida do local para o nacional ou internacional, produzindo e marcando uma especificidade cultural no campo da moda, mundializando-se, ou se internaliza o nacional/internacional, produzindo um hibridismo cultural a ponto de re-configurar a moda mundial no contexto local, reinventando-a para a cidade, o país e o exterior. Como referencial teórico, tal investigação sustenta-se nos Estudos Culturais Britânicos, que concebem a cultura como formas de vivência cotidiana, sendo esta tanto fomentadora da dominação quanto da resistência. Baseado no método semiótico, toma-se como material de análise catálogos de moda de duas marcas de roupa da cidade que alcançaram reconhecimento nacional e internacional. As fontes humanas, a ser consultadas mediante entrevistas semi-estruturadas, envolvem sujeitos que fazem parte da produção da moda na Capital do Vestuário, a fim de compreender por que e como Cianorte passou a ser assim denominada. Como fontes documentais, serão consultados os arquivos da prefeitura que datam do início do desenvolvimento da capital, e os catálogos de moda da coleção de inverno 2009, referentes às duas marcas selecionadas, para estudar a moda produzida na cidade, como elemento cultural. Os resultados esperados visam a entender a difusão da cultura pela moda na cidade de Cianorte e desta para o nacional.

PALAVRAS-CHAVES: Mundialização da cultura; reprodução cultural; hibridismo; estudos culturais; semiótica

¹ Discente do curso de Jornalismo. Departamento do curso de Jornalismo do Centro Universitário de Maringá – Cesumar, Maringá – Paraná. cris_pinzan@hotmail.com

² Docente do curso de Jornalismo. Departamento do curso de Jornalismo do Centro Universitário Maringá – Cesumar, Maringá – Paraná. renatalara@cesumar.br