



Editorial V.15 N.36

Daniela Novelli

Doutora, Universidade do Estado de Santa Catarina / daniela.novelli@udesc.br
Orcid: 0000-0001-6981-8933 / [lattes](https://orcid.org/0000-0001-6981-8933)

Edição Variata — abril/2022

Esta Variata da revista ModaPalavra e-periódico aborda questões simbólicas, mercadológicas, filosóficas, comunicacionais, visuais e econômicas do universo da Moda, por meio de produções acadêmicas de bases institucionais que atravessam nosso país (do Nordeste ao Sul), com sujeitos e objetos de pesquisa particulares da contemporaneidade

Abrindo a edição, Ítalo José de Medeiros Dantas e Camila Assis Peres Silva, da Universidade Federal de Campina Grande, exploram simbolicamente a “Correlação entre a intenção dos designers e a interpretação das cores de uma coleção de vestuário por pessoas da Geração Z”, utilizando o diferencial semântico e a associação livre de palavras como método de pesquisa.

Luiza Lippo Barbiero, Claudia Schemes e Maria Cristina Bohnenberger, da Universidade Feevale, identificam a aplicabilidade e os usos dos conceitos de empreendedorismo, moda e propósito, a partir do estudo de caso de uma marca de moda e por meio de uma análise documental baseada em entrevistas com os proprietários, no artigo “Moda com propósito: um estudo de caso da marca Somos Numa”.

No artigo “Comunicação de moda em tempos de pandemia: conteúdos de empresas *fast fashion* e *slow fashion* em mídias digitais”, Marina Pereira Rios e Silvia Helena Belmino Freitas, da Universidade Federal do Ceará, ressaltam similaridades e diferenças em termos de comunicação digital das marcas Riachuelo e Flávia Aranha no ano de 2020, considerando seus conteúdos de site e rede social Instagram.

Na sequência, Tamires Moura Gonçalves Leite e Antonio Takao Kanamaru, da Universidade de São Paulo, apresentam em “Mulheres à frente: O *Novy Byt* e a produção de estampas soviética entre 1923 e 1924” um estudo visual das estampas

criadas por Liubov Popova e Varvara Stepanova, que buscavam de maneira gráfica educar a população nos ideais revolucionários do período.

Renan Isoton, Cintia Giacomello e Ana Cristina Fachinelli, da Universidade de Caxias do Sul propõem, no artigo “Práticas para transição à Economia Circular em confecções: uma revisão sistêmica da literatura”, um *framework* conceitual a partir de práticas sugeridas nas publicações investigadas, considerando os contextos locais das confecções e a Economia Circular como alternativa ideal frente aos impactos do já consolidado modelo global e linear *fast fashion*.

Já Virginia Tiradentes Souto, Ana Mansur de Oliveira e Alejandra Albarán Veja, da Universidade de Brasília, abordam o uso das camisetas em manifestações políticas ocorridas em dois países da América do Sul, no artigo “Design de vestuário: estudo de caso das camisetas utilizadas em manifestações políticas no Brasil e na Colômbia entre 2012 e 2016”. Apontam ao final dos estudos de caso importantes semelhanças por meio de análise comparativa levando em consideração aspectos tipográficos, colorísticos, simbólicos e discursivos.

Márcia Qualio Baptista dos Santos, da Universidade Federal do Cariri, e Silvia Held, da Universidade de São Paulo, relacionam em “Projetos em design: Uma rede colaborativa de ensino para o desenvolvimento de produtos por meio do artesanato” os saberes tradicionais do Cariri cearense ao ensino, ao design e ao artesanato, a partir da experiência entre a Universidade Federal do Cariri e as artesãs da Associação Mãe das Dores, utilizando o método do design colaborativo.

Ainda, Emanuella Scoz, da Universidade Regional de Blumenau, e Lauro Roberto Lostada, da Secretaria de Estado da Educação de Santa Catarina - DIEN/GEALE, desenvolvem uma pesquisa aplicada com estudantes do curso Técnico em

Modelagem de uma instituição Federal de Santa Catarina, localizada no Vale do Itajaí, com o objetivo de perceber as suas compreensões sobre a Economia Criativa de Moda na região. As discussões propostas no artigo “Economia Criativa de Moda em Santa Catarina: compreensões de um público-alvo” resultantes de análise de conteúdo revelam a predominância do discurso do empreendedorismo, cujos principais impedimentos estavam ligados ao investimento em tempo e dinheiro.

Fechando esta edição, Juliana Fernandes Teixeira, da Universidade Federal do Piauí, Icléia Silveira, Jailson Oliveira Sousa e Henrique de Souza Goulart, da Universidade do Estado de Santa Catarina, analisam notícias jornalísticas publicadas sobre o movimento *slow fashion* em *websites/blogs* de moda no artigo “Jornalismo de moda: O *slow fashion* como notícia nos *blogs* especializados”, apontando-os como frutíferos espaços midiáticos para abordagens mais conscientes e alternativas sustentáveis.

Agradeço o tempo e o conhecimento concedidos por cada membro envolvido nesta Variata, sem esquecer dos *pareceristas ad hoc*, que muito contribuíram e contribuem para a valorização desta conceituada revista e da pesquisa em Moda em tempos de (pós)pandemia. E finalizo comentando sobre a capa desta edição, pensada de forma a contemplar a singularidade de cada pesquisa aqui apresentada e, ao mesmo tempo, a sugerir que, em seu conjunto, todas essas pesquisas se encaixam compondo um mesmo universo, complexo, colorido e sempre aberto a novas descobertas – por isso mesmo nossa Variata passa a estar sintonizada com o fluxo contínuo, por meio da inserção gradual de novas produções acadêmicas ao longo de cada ano corrente.

Uma ótima leitura!