

Depois de um ano e meio distante da coordenação do Programa de Extensão Publicar Moda, responsável pela produção da revista Modapalavra e-periódicos estou de volta, buscando atualizar a periodicidade da publicação e colocar em dia a divulgação dos trabalhos realizados. Nesse ano de 2012, começamos com o pé direito, publicando na presente revista doze textos, entre artigos e ensaios, demonstrando que a revista continua seu processo de expansão no meio universitário brasileiro. Outras novidades se anunciam para esse ano, como a transmissão da publicação para a base mais difundida no Brasil de revistas eletrônicas, qual seja, o Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas – SEER -, patrocinado pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, órgão do Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação. A partir desse ano, portanto, a Modapalavra e-periódicos passará a ser publicado num outro sítio eletrônico, ficando o presente site com a função de difusão de notícias a respeito da produção de conhecimento na área de moda no Brasil e no Mundo, de arquivo dos periódicos anteriores e dos livros já publicados. Inclusive, os livros estão sendo digitalizados para poderem se tornar de fácil acesso a todos os interessados, já que as edições são pequenas e algumas se encontram esgotadas.

Logo, 2012 além de marcar o retorno da editoria que fundou a revista e a organizou ao longo dos seus primeiros anos, é um ano de inovações importantes para o periódico, fazendo-o ainda mais acessível e divulgado.

Nesse n. 9 temos a alegria de reunir artigos e ensaios das mais distintas abordagens, passando por assuntos diversos e todos instigantes. Também se destaca o crescimento da cobertura da revista já que entre os onze autores, apenas três são oriundos da Universidade do Estado de Santa Catarina e esses três se tratam de alunos do Bacharelado em Moda oferecido pela Instituição, estando duas autoras cursando o mestrado e uma a graduação.

A seção artigo possui como palavras chaves: ensino, consumo, criação em moda e análises visuais. Dentre os cinco artigos reunidos neste número temos o de Ana Torres que trata sobre a dimensão do ensino e da relação universidade e empresa, trazendo reflexões importantes para os coordenadores de cursos superiores em Moda.

Stella Sapper, por sua vez, discute as características do modelo mercadológico *fast fashion* tão em voga na atualidade, permitindo uma discussão atualizada a respeito do tema e suas relações com o consumo.

O trabalho de Cássia Macieira, dando continuidade à discussão do consumo, porém o atrelando ao campo da criação em moda, aborda o trabalho de Martin Margiela pleno de questões complexas que provocam o leitor a pensar sobre a relação sujeito/objeto no campo da moda.

Ana Camila Nobre amplia as discussões em torno da criação, todavia, dando ênfase à cor e seu papel informacional. Para essa abordagem a autora as ferramentas da análise visual e coloca em evidência o papel informacional que os tons adquirem no consumo.

Kárita Bernardes Macedo, distanciando-se no tempo histórico, propõem um olhar sobre Carmem Miranda e sua inferência no campo da moda, o que envolve discussões densas a respeito de nossa própria identidade nacional e os objetivos mercadológicos de compor uma marca Brasil que passa pela baiana composta por essa personagem mítica do cenário artístico nacional.

Na seção ensaio podemos continuar tratando de temas tão instigantes quanto os anteriores,

cujas abordagens circulam em torno de discussões teóricas, como as idéias de Gilles Lipovetsky e de Bauman, entre muitos outros autores vitais para uma discussão consistente no campo da Moda. As palavras chaves que se destacam são: reflexões teóricas, história e artesanato.

Janice Accioli abre a seção com um trabalho interessante sobre a sustentabilidade e suas articulações com as inquietações contemporâneas, permitindo que por meio das teorias de Guattari, Deleuze, Katz, Morin, Bauman e Manzini entre outros esta questão seja pensada com profundidade.

Patrícia Ceccato, acompanhada de seu orientador do mestrado, discute a sociedade de hiperconsumo e como as marcas de moda se articulam nesse contexto. A partir das ideias de Gilles Lipovetsky questiona como os produtos e serviços à venda impregnam-se de sensações e mensagens para estimular sentimentos de felicidade. Ao leitor atento estes dois últimos trabalhos irão oferecer muitas discussões.

Continuando o embate teórico em torno da Moda, Suzie Ferreira, se dedica ao estudo também do filósofo francês Lipovetsky, buscando por meio das teorias abordadas no livro Império do Efêmero analisar em que consiste o fenômeno moda.

Ariella Capellari Nunes, jovem estudante do Bacharelado em Moda da UDESC, oferece aos leitores reflexão interessante sobre os conteúdos da Revista Seleções, especialmente em torno dos anos 1950 e dos ideais de feminilidade.

Continuando no universo feminino, porém recuando historicamente para o século XVII, Andréia Pagnan apresenta algumas ponderações em torno das vestimentas íntimas produzidas pela corte de Luis XIV e seu potencial libertador.

Fechando o presente número, Mário Natal Ferreira brinda os leitores com uma reflexão muito em voga sobre as relações entre artesanato e moda, discutindo como o artefato manual e carregado de tradições culturais e de feitura pode ser inserido numa produção industrial e serializada, destinada ao mercado de Moda.

Portanto, caros leitores, aqui se encontram para o seu deleite e aprendizado, crítica e diálogo, os mais diversos temas e abordagens cujo objeto em comum é a Moda, com suas inovações, permanências e, principalmente, inquietações.

Boa leitura, Profa. Dra. Mara Rúbia Sant'Anna.