

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
ESCOLA DE BELAS ARTES

ISABELLE VIANA AMARAL

REVISTA ABSORTO: Do esboço ao arquivo

Belo Horizonte
2025

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
ESCOLA DE BELAS ARTES

ISABELLE VIANA AMARAL

REVISTA ABSORTO: Do esboço ao arquivo

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial de
para a obtenção do título de Bacharel de
Design de Moda pela Escola de Belas
Artes - UFMG.

Orientadora: Profa. Juliana Pontes

Coorientador: Prof. Tarcísio D’Almeida

Belo Horizonte
2025

RESUMO

O campo da moda contemporânea tem sido profundamente influenciado por processos digitais, tendências aceleradas e pela efemeridade das imagens que circulam nas redes. Nesse contexto, a *Revista Absorto* surge como uma publicação que resiste à lógica do imediatismo, propondo um olhar atento aos processos criativos e às narrativas que estruturam o fazer de moda no ambiente acadêmico. Mais do que documentar coleções, a revista se estabelece como um espaço de pensamento e construção simbólica, reafirmando o papel da moda enquanto prática cultural e discursiva. O projeto reconhece que a moda não se limita a produtos ou roupas, mas constitui um sistema sociocultural complexo, estruturado por instituições, discursos e agentes que legitimam significados. Desse modo, compreender e analisar esse ecossistema implica observar suas dinâmicas simbólicas, seus mecanismos de produção de valor e suas disputas de narrativa. Ao adotar essa perspectiva ampliada, o projeto reafirma a moda como campo de pensamento, prática crítica e espaço de elaboração cultural. A metodologia da revista se baseia na combinação entre pesquisa exploratória, análise de processos criativos e documentação visual, constituindo um acervo que articula prática, teoria e memória. Por meio desse método, a *Absorto* não apenas registra as coleções desenvolvidas na disciplina Pesquisa de Moda II, mas examina os caminhos conceituais e discursivos que sustentam cada projeto. É importante destacar que as análises realizadas ao longo da pesquisa não integram a revista final; elas funcionaram como uma etapa metodológica indispensável para orientar a seleção dos trabalhos e estabelecer critérios de coerência conceitual e estética para esta edição. Diferente do caráter fragmentado das publicações instantâneas, a revista aposta na materialidade do impresso como espaço de permanência e reflexão. A edição é construída cuidadosamente, valorizando o tempo do processo, a singularidade das narrativas e a pluralidade de perspectivas que emergem dentro da Escola de Belas Artes da UFMG. Ao reunir registros, entrevistas, imagens e reflexões críticas, o projeto fortalece o entendimento da moda como linguagem, como cultura e como campo expandido de criação. A *Revista Absorto* documenta, interpreta e celebra o percurso dos estudantes, funcionando como um dispositivo formativo, um arquivo e uma plataforma de visibilidade. Dessa maneira, consolida-se como uma ferramenta fundamental para pensar a moda para além da superfície, abrindo caminhos para que sua produção possa amadurecer e permanecer como projeto contínuo dentro do curso de Design de Moda.

Palavras-chave: Processo, Narrativa, Documentação, Reflexão, Cultura.

ABSTRACT

The field of contemporary fashion has been deeply influenced by digital processes, accelerated trends, and the ephemerality of images circulating online. In this context, *Revista Absorto* emerges as a publication that resists the logic of immediacy, offering a careful look at the creative processes and narratives that shape fashion-making within the academic environment. More than documenting collections, the magazine positions itself as a space for thought and symbolic construction, reaffirming fashion's role as a cultural and discursive practice. The project recognizes that fashion is not limited to products or garments, but constitutes a complex sociocultural system structured by institutions, discourses, and agents that legitimize meanings. Therefore, understanding and analyzing this ecosystem involves observing its symbolic dynamics, its mechanisms of value production, and its narrative disputes. By adopting this broadened perspective, the project reaffirms fashion as a field of thought, critical practice, and cultural elaboration. The magazine's methodology is grounded in a combination of exploratory research, analysis of creative processes, and visual documentation, forming a collection that articulates practice, theory, and memory. Through this method, *Absorto* not only records the collections developed in the course *Fashion Research II* but also examines the conceptual and discursive paths that sustain each project. It is important to highlight that the analyses carried out throughout the research are not part of the final magazine; instead, they served as an essential methodological stage for guiding the selection of works and establishing criteria of conceptual and aesthetic coherence for this edition. Unlike the fragmented nature of instant publications, the magazine values the materiality of print as a space for permanence and reflection. The edition is crafted with care, honoring the time of the process, the singularity of the narratives, and the plurality of perspectives that emerge within the School of Fine Arts at UFMG. By bringing together records, interviews, images, and critical reflections, the project strengthens the understanding of fashion as language, as culture, and as an expanded field of creation. *Revista Absorto* documents, interprets, and celebrates the students' trajectory, functioning as a formative device, an archive, and a platform for visibility. In this way, it establishes itself as a fundamental tool for thinking about fashion beyond the surface, opening paths for its production to mature and continue as an ongoing project within the Fashion Design program.

Keywords: Process, Narrative, Documentation, Reflection, Culture.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Apresentação, Revista Absorto.....	09
Figura 2 – Vivienne Woods, Plastic Dreams	12
Figura 3 – Capa Kate Parry, Plastic Dreams	13
Figura 4 – Capa Kate Moss, Plastic Dreams	13
Figura 5 – Capa Plastic Dreams, Inverno 2011	14
Figura 6 – Capa Plastic Dreams, Verão 2012	14
Figura 7 – Coleção Abissal Baiano, Pesquisa de Moda II, 2023.....	16
Figura 8 – Croquis, Coleção Abissal Baiano, 2023	21
Figura 9 – Coleção Abissal Baiano, Pesquisa de Moda II, 2025	22
Figura 10 – Coleção Abissal Baiano, Pesquisa de Moda II, 2025	22
Figura 11 – Coleção Abissal Baiano, Pesquisa de Moda II, 2025	22
Figura 12 – Editorial Revista Absorto, 2025	23
Figura 13 – Croquis Digitais, Coleção Lacrima Lupus Ovis	24
Figura 14 – Coleção Lacrima Lupus Ovis, 2024.....	25
Figura 15 – Coleção Lacrima Lupus Ovis, 2024.....	25
Figura 16 – Coleção Lacrima Lupus Ovis, 2024.....	25
Figura 17 – Coleção Dramaturgia Sórdida, 2023.....	26
Figura 18 – Coleção Dramaturgia Sórdida, 2023	26
Figura 19 – Coleção Dramaturgia Sórdida, 2023	26
Figura 20 – Croquis, Coleção ¿BRASIL?, 2023	27
Figura 21 – Croquis, Coleção ¿BRASIL?, 2023	27
Figura 22 – Croquis, Coleção ¿BRASIL?, 2023	27
Figura 23 – Identidade Visual, Coleção ¿BRASIL?.	28
Figura 24 – Coleção I'MMORTAL, 2024	29
Figura 25 – Coleção I'MMORTAL, 2024	29
Figura 26 – Coleção I'MMORTAL, 2024	30
Figura 27 – Coleção “ HIPUNK: Um Chamado Para Guerra”, 2024	31
Figura 28 – Coleção “ HIPUNK: Um Chamado Para Guerra”, 2024	31
Figura 29 – Coleção “ HIPUNK: Um Chamado Para Guerra”, 2024	32
Figura 30 – Coleção “Frutíferas Nativas”, 2023.....	33
Figura 31 – Coleção “Frutíferas Nativas”, 2023	33
Figura 32 – Coleção “Frutíferas Nativas”, 2023	34
Figura 33 – Layout, Marca Mixordia	35
Figura 34 – Marca Mixordia, Publicidade	36

Figura 35 – Marca Mixordia, Editorial	36
Figura 36 – Layout, Paes Ateliê	37
Figura 37 – Paes Ateliê, Editorial, Revista Absorto, 2025.	38
Figura 38 – Layout, Marca Gustavo Castro Ateliê.....	39
Figura 39 – Editorial Independente, Gustavo Castro Ateliê	39
Figura 40 – Editorial Independente, Gustavo Castro Ateliê	39
Figura 41 – Layout Marca Destroyendo.....	40
Figura 42 – Editorial Independente, Marca Destroyendo	41
Figura 43 – Editorial Independente, Marca Destroyendo	41
Figura 44 – Luiz Claudio Silva, Casa VOGUE, 2021.....	42
Figura 45 – Tarcísio D’Almeida Alves, Jornalista e Prof. UFMG.....	43

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
1.1	REVISTA ABSORTO	9
1.2	JUSTIFICATIVA	10
1.3	PROBLEMA	14
1.4	OBJETIVOS	16
1.4.1	Objetivos gerais	16
1.4.1	Objetivos específicos	16
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
2.1	O CONCEITO DE <i>FASHION-LOGY</i> (YUNIYA KAWAMURA)	17
2.2	MODA COMO CAMPO DE ESTUDOS	18
2.3	A REVISTA COMO SUPORTE CULTURAL E EDITORIAL	19
3	METODOLOGIA	20
3.1	ESTRUTURA EDITORIAL	20
3.1.1	Sessão pesquisa de moda ii	21
3.1.2	Sessão marcas de discentes	34
3.1.3	Entrevista: luiz claudio silva, apto 03	42
3.1.4	Entrevista: tarsísio d'almeitda, jornalista e prof. da matéria pesquisa de moda ii, ufmg	43
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS	44
	REFERÊNCIAS	45

1 INTRODUÇÃO

A moda, enquanto linguagem cultural, atravessa tempos, tecnologias e sensibilidades, mas nem sempre preserva a profundidade de suas narrativas. No cenário contemporâneo, profundamente marcado pela velocidade das redes sociais e pela lógica do conteúdo instantâneo, tende a perder nuance, historicidade e reflexão crítica. Esse diagnóstico é amplamente discutido por Thaisa Bueno e Letícia Conceição Cardoso no artigo **O impacto do digital sobre a escrita no jornalismo de moda contemporâneo (2023)**, publicado na *Animus – Revista Interamericana de Comunicação Midiática*.

As autoras demonstram como a ascensão do digital remodelou a escrita jornalística de moda, impondo um ritmo acelerado que limita análises, substitui aprofundamento por brevidade e transforma a mediação cultural em um processo cada vez mais fragmentado. O imediatismo, segundo o estudo, favorece textos ágeis e virais, mas enfraquece a capacidade de interpretar a moda como fenômeno sociocultural, empobrecendo tanto o discurso quanto o repertório crítico do público.

Ao aproximar-se das inquietações levantadas por Bueno e Cardoso, a revista reconhece que a crise do discurso de moda não está apenas na estética homogênea ou na repetição de tendências, mas na perda de mediação qualificada. Assim, a proposta é se afirmar como projeto editorial que busca reparar as lacunas abertas pelo digital: se o jornalismo de moda voltado para os meios digitais, segundo o artigo, enfrenta a redução da crítica devido à velocidade, a revista oferece um espaço de pausa; se o texto jornalístico sofre com fragmentação típica das mídias online, este projeto aposta no aprofundamento; se a escrita perde densidade nas postagens curtas e no favorecimento da imagem, a revista recupera esses aspectos por meio do registro extenso e objetivo dos processos e das narrativas criativas em formação.

É diante desse cenário que surge a **Revista Absorto**, concebida como um gesto de resistência à superficialidade que domina o ambiente digital. A revista nasce vinculada ao contexto acadêmico da UFMG e assume a missão de registrar e discutir os percursos criativos dos estudantes de Design de Moda, valorizando o tempo longo da pesquisa, a materialidade do impresso e a potência da reflexão crítica. Diferentemente das publicações centradas no fluxo contínuo de novidades, a revista privilegia a construção de sentido, não apenas o que os alunos fazem, mas como e por que fazem.

Ao contrário do fluxo fragmentado das publicações instantâneas, é importante ressaltar o comprometimento com uma temporalidade expandida. A decisão de investir no formato impresso, ainda que coexistindo com desdobramentos digitais, manifesta uma recusa à obsolescência programada dos textos e imagens que desaparecem na timeline.

Trata-se de um gesto político e estético: criar um lugar de permanência e reflexão dentro de um campo que frequentemente privilegia o transitório. A revista assume o papel de arquivo e, ao mesmo tempo, de plataforma formativa, oferecendo aos estudantes a oportunidade de verem suas pesquisas legitimadas e contextualizadas dentro de um panorama mais amplo do design de moda.

Nesse sentido, a revista atua como contraponto direto ao fenômeno analisado no artigo **O impacto do digital sobre a escrita no jornalismo de moda contemporâneo (2023)**, reafirmando que a moda enquanto prática cultural e discursiva merece ser analisada com rigor, complexidade e atenção. Assim, ela se consolida como um importante instrumento para refletir sobre o papel da moda na universidade e no mundo contemporâneo, afirmando que, mesmo em tempos de aceleração e repetição, ainda é possível encontrar espaços para profundidade, autoria e invenção.

Figura 1: Apresentação, Revista Absorto.



Fonte: Arquivo Pessoal da Autora, 2023.

1.1 REVISTA ABSORTO

A escolha do nome **Absorto** para a revista nasce de uma compreensão fina e sensível acerca do estado criativo que permeia a formação em Moda no contexto das Belas Artes. A palavra, de origem latina, *absortus*, particípio passado de *absorbere*, “engolir”, “sorver por completo”, designa aquele que se encontra tomado por uma ideia, inteiramente envolto por uma percepção estética ou conceitual a ponto de suspender momentaneamente o mundo exterior. Trata-se de um vocábulo que traduz com precisão o gesto artístico que antecede toda criação: um mergulho absoluto, quase ritualístico, no campo imaginativo.

No ambiente acadêmico das artes e da moda, estar absorto não é apenas recorrente; ele é constitutivo. Criar exige recolhimento, exige uma concentração que, longe de ser fuga, é forma sofisticada de presença. Nesse sentido, o pensamento do escritor francês, **Gaston Bachelard**, na obra **A Poética do Devaneio (1960)**, ao discutir o devaneio criador, ilumina essa escolha: *“O devaneio é ação, quando é devaneio criado. Ele absorve o ser para fazê-lo renascer ampliado.”* Aqui, o devaneio e, portanto, o estado de estar absorto opera como força geradora, capaz de ampliar a percepção e permitir que o estudante de moda transforme matéria, referências e experiências em forma e estruturas vestíveis.

Dentro desse horizonte, **Absorto** torna-se, portanto, mais que um título; converte-se em manifesto. Ele simboliza o comprometimento de estudantes que concebem a moda não como superficial, mas como campo expandido de sentidos, onde a investigação, a sensibilidade e a pesquisa se entrelaçam. A revista nasce da quietude fértil dos ateliês, das horas silenciosas de estudo, dos experimentos que exigem entrega total momentos nos quais cada aluno e aluna se encontra inteiramente imerso na construção de uma linguagem própria.

Escolher esse nome é reconhecer que a criação no curso de moda é um processo que exige recolhimento e profundidade, mas também é gesto de abertura: *absortos* não porque afastados do mundo, mas porque engajados nele com intensidade incomum. Assim também opera o trabalho editorial e visual reunido na revista: cada página nasce de uma absorção que culmina em expressão.

Absorto, portanto, não designa apenas um estado, mas um método. Uma maneira de estar no mundo e de construir moda: com profundidade, escuta, pesquisa e entrega. É este espírito criativo silencioso, intenso, contemplativo e, ao mesmo tempo, profundamente comunicativo que a revista deseja revelar ao público.

1.2 JUSTIFICATIVA

A elaboração da **Revista Absorto** fundamenta-se na coerência entre meio e mensagem.

Sendo a disciplina **Pesquisa de Moda II** um espaço de experimentação profunda, no qual o estudante percorre todas as etapas do processo criativo, investigação conceitual, desenvolvimento técnico, escolhas materiais, construção de linguagem visual e apresentação pública por meio do desfile, torna-se evidente a necessidade de um suporte que seja capaz de registrar, analisar e dar continuidade a essa experiência. A natureza editorial da revista atende precisamente a essa demanda, pois oferece um formato que combina texto e imagem de maneira sequencial e analítica, possibilitando a documentação ampla e sensível da trajetória percorrida ao longo da disciplina.

Ao longo do semestre, **Pesquisa de Moda II** coloca o estudante diante de uma experiência que se aproxima, em intensidade e complexidade, das dinâmicas próprias do campo profissional. A elaboração de uma coleção autoral não se limita ao fazer manual ou ao domínio técnico: envolve pesquisa contextual, construção de narrativa, definição de identidade, compreensão do corpo como suporte expressivo, além da capacidade de justificar cada escolha estética e conceitual. O tradicional desfile da UFMG, ápice da disciplina, sintetiza esse percurso, funcionando como uma apresentação pública que exige profissionalismo, rigor e maturidade criativa. Entretanto, sua essência efêmera evidencia uma lacuna: muito do processo, suas camadas, ensinamentos, descobertas e referências desaparece assim que as luzes da passarela se apagam.

É nesse ponto que o projeto da revista se torna justificável e necessário. A edição funciona não apenas como arquivo, mas como ferramenta formativa, pois permite revisitar e compreender cada etapa do processo criativo para além de sua manifestação final. A articulação entre narrativa crítica e produção imagética confere à revista uma capacidade singular de captar os vestígios da construção autoral, ampliando a compreensão do trabalho desenvolvido pelos estudantes.

Por outro lado, o campo editorial dedicado à moda, tradicionalmente, opera de maneira interdisciplinar, articulando diferentes linguagens, jornalismo, fotografia, crítica cultural, pesquisa histórica, design gráfico para interpretar esse universo complexo que é a moda. Nesse sentido, a revista **Absorto** dialoga diretamente com esse ecossistema editorial, ao propor uma abordagem que integra análise, visualidade e reflexão teórica. Ao fazê-lo, posiciona-se como um produto cultural alinhado às práticas profissionais contemporâneas, ao mesmo tempo em que cumpre função acadêmica ao registrar processos, contextualizar produções e consolidar conhecimento.

Figura 2: Vivienne Westwood, Plastic Dreams. 20



Fonte: Plastic Dreams, 5º Edição, 2011.

A Plastic Dreams foi uma revista semestral da marca brasileira Melissa, idealizada como uma peça editorial sofisticada e conceitual que transcendia o papel meramente publicitário. Surgida no ano de 2009, no contexto do design plástico e da cultura pop, ela representava um ponto de encontro entre moda, identidade e criatividade, atuando como um megafone da estética jovem, experimental e autoral que caracteriza a marca.

Publicada semestralmente, a revista acompanhava as coleções da Melissa. Segundo relata a Barbara Teixeira em seu trabalho de conclusão de curso, **Revista Customizada como Estratégia de Comunicação da Melissa: Análise da Plastic Dreams, UFRGS, 2013**, entre seus anos ativos produziu pelo menos 17 edições até 2017, quando foi relançada para celebrar a coleção **FLYGRL**. Esse relançamento evidenciou a relevância da publicação dentro da estratégia de marca: não apenas um folheto promocional, mas uma revista consolidada, com conteúdo de valor e apelo duradouro.

Esteticamente, a Plastic Dreams destacava-se por um projeto editorial que combinava inovação gráfica e produção técnica refinada. Com cerca de 110 páginas coloridas de papel couchê de média gramatura e capas que, por vezes, faziam referência ao próprio material plastificado da Melissa, a revista mostrava cuidado e comprometimento com a materialidade. Técnicas sofisticadas como *hot-stamping* metálico, grids bem estruturados e diagramações

criativas permitiam organizar textos, editoriais de moda e reportagens com elegância e identidade visual forte.

O conteúdo mesclava moda, cultura, comportamento e design. Não era apenas sobre calçados: a revista explorava narrativas ampliadas, com editoriais inspirados em ícones pop, reflexões sobre cultura jovem, histórias visuais e entrevistas. Para reforçar esse caráter cultural, contava frequentemente com personalidades de destaque: em uma edição, a cantora Katy Perry protagonizou a capa, reforçando o tom aspiracional; em outra, a modelo Kate Moss posou em editoriais concebidos por fotógrafos e cenógrafos renomados, demonstrando que a revista não temia dialogar com os grandes nomes da moda global.

Figuras -3 e 4: Capa Kate Parry, Kate Moss para Plastic Dreams.



Fonte: Casa Darwin, 2017.

No aspecto simbólico, a Plastic Dreams funcionava como um manifesto da marca. O nome evoca os sonhos plásticos o material que funda a identidade da Melissa, mas também o sonho como possibilidade criativa. A revista era, em si, uma celebração do plástico não apenas como matéria-prima, mas como substância estética e emocional. Ela transformava a matéria plástica em poesia visual e editorial, expressando a visão da marca como algo maior do que o comércio de calçados.

Além disso, a revista desempenhou papel fundamental como plataforma de identidade para a comunidade da marca: os “melisseiros”, fãs fiéis da Melissa, viam nas edições da Plastic Dreams não apenas novidades de produto, mas discursos visuais, estilos de vida, inspirações de

design e arte. Por meio dela, a marca consolidou um diálogo com seu público mais engajado oferecendo conteúdo de alta qualidade, reflexões visuais e narrativas que reforçavam sua cultura interna e sua visão estética.

O legado da Plastic Dreams vai além de suas edições físicas. Como peça de coleção, parte dessas revistas permanece nas mãos de fãs e colecionadores; e como referência de design, a publicação segue inspirando gerações mais jovens, especialmente estudantes da moda e do design editorial.

Em projetos acadêmicos, como TCCs ou monografias, a Plastic Dreams é frequentemente citada como exemplo de revista de marca que soube unir valor cultural a estratégia de marca, criando algo que perdura na memória visual.

Para qualquer estudante de moda especialmente aqueles interessados em design editorial a Plastic Dreams é referência incomparável. Ela demonstra que uma revista de marca pode ser mais do que publicidade: pode ser obra, manifesto, plataforma cultural e registro de identidade. Ao escolher a revista como objeto de pesquisa, ela oferece um modelo inspirador sobre o que significa produzir moda com pensamento, poesia e projeto de design.

Figuras 5 e 6: Capas Plastic Dreams



Fonte: Casa Darwin, 2017.

1.3 PROBLEMA

A proposta da matéria, que culmina no tradicional desfile da UFMG, impõe ao estudante o desafio de construir uma coleção autoral enquanto desenvolve simultaneamente a própria identidade criativa. Costurar, testar materiais, justificar escolhas estéticas, articular referências, compreender o corpo e sua relação com o projeto: tudo isso nos demanda uma maturação que só é possível por meio do tempo, da pesquisa e da experimentação constante.

Esse processo, apesar de rico e formativo, é também marcado por intensa pressão. São meses da elaboração de conceitos, croquis, redesenhos de moldes, ajustes de ideias, enfrentando inseguranças e descobrindo caminhos inesperados. Contudo, ao final, toda a jornada se condensa em uma única noite de apresentação de desfiles que sintetizam o esforço de um semestre inteiro. A efemeridade desse momento contrastava, com a profundidade do processo vivido. É como se uma experiência tão densa, tão carregada de camadas e significados, não encontrasse ainda um espaço à altura para ser registrada, compreendida e valorizada em sua totalidade.

É a partir dessa percepção que surge a proposta deste projeto. A partir do entendimento da intensidade da disciplina Pesquisa de Moda II, é possível compreender que não basta apenas apresentar a coleção na passarela: há um universo inteiro de pesquisa, construção e subjetividade que precisa ser visto. Todos os discentes que, semestre após semestre, vivenciam esse mesmo percurso desafiador. Assim nasce a ideia de conceber uma revista como objeto de pesquisa, um suporte capaz de oferecer profundidade narrativa, registro visual, análise crítica e, sobretudo, visibilidade. A revista se apresenta como meio ideal para resgatar e documentar aquilo que o desfile, por sua natureza efêmera, não dá conta: o processo.

Nela, é possível revelar os bastidores, os esboços, as inquietações, os experimentos, as decisões conceituais e as histórias pessoais que atravessam a criação de uma coleção. A revista também surge como um lugar de memória, reflexão e celebração, ampliando o alcance do trabalho dos estudantes e consolidando seu percurso como produção legítima de conhecimento no campo da moda.

Assim, a escolha do tema deste projeto, não é apenas o formato editorial. A escolha do projeto é a de honrar o processo. Reconhecendo o valor formativo de cada fase da construção de uma coleção. Sobretudo, criar uma plataforma que desse continuidade a uma experiência que não deveria se encerrar após os aplausos finais do desfile. A revista, portanto, surge como extensão desse processo: um espaço duradouro, sensível e crítico, que transforma aquilo que é vivido, em matéria visível, legível e compartilhável.

Figura 7: Coleção Abissal Baiano, Pesquisa de Moda II, 2023.



Fonte: Acervo da Autora, 2023

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo Geral

Construir uma revista editorial, crítica e documental que amplie, registre e valorize o processo criativo dos alunos da disciplina Pesquisa de Moda II da UFMG, transformando o percurso de desenvolvimento das coleções, normalmente visível apenas no desfile final, em um produto editorial aprofundado, sensível e teoricamente fundamentado, que conecte moda, pesquisa, narrativa visual e reflexão cultural, oferecendo visibilidade, permanência e significado ao trabalho desenvolvido ao longo do semestre.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Registrar, por meio de textos, fotografias, entrevistas e análises, todas as etapas significativas do desenvolvimento das coleções dos alunos, desde as pesquisas iniciais até a materialização das peças, garantindo uma visão completa e fiel da jornada criativa.
- Evidenciar a importância metodológica e formativa da disciplina Pesquisa de Moda II, destacando como ela contribui para a construção de identidade autoral, amadurecimento técnico e aprimoramento do pensamento conceitual.
- Oferecer aos alunos envolvidos no desfile uma vitrine ampliada para seus trabalhos, permitindo que seus processos, ideias e referências alcancem públicos além do evento

presencial.

- Propor uma experiência editorial que se oponha à lógica veloz e efêmera da moda mediada pelas redes sociais, priorizando a reflexão, a densidade e a permanência.
- Desenvolver uma estética de revista própria, que una texto e imagem de forma conceitual, inspirada por referências como *Plastic Dreams* (Melissa), e que traduza visualmente o espírito introspectivo, sensível e artístico que fundamenta o nome *Absorto*.
- Articular o conteúdo produzido pelos alunos com debates contemporâneos sobre moda, criatividade e sistemas culturais.
- Construir um arquivo visual e textual do desfile final, garantindo que o evento acadêmico seja transformado em memória impressa e compartilhável, preservando sua potência criativa.
- Promover textos analíticos, críticas, ensaios e reflexões que incentivem uma compreensão mais complexa do design, da moda e da criação, fortalecendo a formação editorial dos estudantes.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 O CONCEITO DE *FASHION-LOGY* (YUNIYA KAWAMURA)

A obra *Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies*, de Yuniya Kawamura (2005), oferece contribuições fundamentais para a consolidação da moda enquanto campo acadêmico rigoroso e autônomo. Sua principal força reside em reposicionar a moda para além da materialidade da roupa, apresentando-a como sistema cultural, estrutura social e processo simbólico. Ao propor essa distinção, moda como fenômeno sociológico e roupa como objeto físico, Kawamura desloca o estudo do vestir para o âmbito das instituições, práticas discursivas, normativas e dinâmicas coletivas que produzem, legitimam e difundem significados.

A autora demonstra que a moda não emerge espontaneamente do talento criativo individual, mas de um conjunto de agentes sociais que compõem o que ela denomina “*fashion system*”: designers, jornalistas, escolas especializadas, editores, compradores, marcas, celebridades e consumidores. São essas engrenagens que definem o que é considerado novo, relevante ou desejável, estabelecendo hierarquias e validando discursos estéticos. Ao enfatizar a importância desse sistema, Kawamura evidencia que a moda é essencialmente uma construção

social, sustentada por mecanismos de legitimação e reconhecimento coletivo.

Outro ponto decisivo da obra está na defesa de que a moda opera como instituição cultural. Ela possui rituais, estruturas, códigos, lógicas internas e formas específicas de circulação e consagração, comparáveis às de outros campos simbólicos, como a arte ou a literatura. Essa perspectiva revela que estudar moda exige ferramentas analíticas robustas, capazes de interpretar redes de influência, disputas simbólicas, dinâmicas de poder e processos de significação.

Fashion-ology também contribui para desfazer preconceitos que reduzem a moda a frivolidade, ao evidenciar que ela participa ativamente da formação de identidades, da construção de narrativas sociais e da mediação entre indivíduo e coletivo. Ao compreender o vestir como fenômeno carregado de intenções, contextos e relações de poder, Kawamura abre espaço para análises mais profundas sobre corpo, gênero, classe, consumo e pertencimento cultural.

Por fim, sua abordagem interdisciplinar, que dialoga com sociologia, antropologia, semiótica, estudos culturais e teoria do design, fortalece a moda como campo acadêmico sólido, estimulando pesquisas que ampliam suas fronteiras teóricas. Assim, *Fashion-ology* se torna obra basilar para quem deseja compreender a moda não apenas como produção estética, mas como sistema que articula valores, práticas e significados que moldam a vida social contemporânea.

2.2 MODA COMO CAMPO DE ESTUDOS

A moda, entendida como campo de estudos, constitui hoje um território intelectual amplo e profundamente entrelaçado às dinâmicas culturais, sociais, econômicas e simbólicas que estruturam a vida contemporânea. Em vez de ser tratada como aspecto superficial do cotidiano, ela é vista como sistema de significação, capaz de traduzir identidades, representar coletividades e refletir tensões sociais. Nesse sentido, a moda opera como linguagem: cada forma, material, cor, interferência ou gesto participa de um vocabulário visual que comunica, organiza os sentidos dentro da cultura.

O fortalecimento da moda enquanto área de pesquisa decorre de sua natureza multidisciplinar. Sociologia, antropologia, história, comunicação, design, filosofia e semiótica se entrecruzam para compreender o fenômeno não apenas como vestimenta, mas como estrutura social. Pesquisas fundamentais como as de Yuniya Kawamura (2005), apontam que moda não é sinônimo de roupa, mas sim um sistema simbólico e institucional que determina o valor do

que é percebido como atual, desejável ou legitimado. Assim, investigar moda é estudar rituais sociais, processos produtivos, imaginários coletivos, práticas de consumo e relações de poder.

De fato, o campo da moda está imerso em disputas políticas e identitárias: questões de gênero, raça, classe, corpo e território atravessam sua produção e seu consumo. A moda pode reforçar normatividades, mas também abrir espaço para resistências, subversões e representações alternativas. Ao mesmo tempo, ela se articula como indústria global inserida no universo das economias criativas, movimentando cadeias produtivas complexas, tecnologias emergentes, transformações ambientais e novos paradigmas de sustentabilidade. No ambiente acadêmico, estudar moda implica desenvolver pensamento crítico, metodologias e práticas que dialogam simultaneamente com criação e teoria.

Projetos editoriais, como revistas especializadas, funcionam como plataformas de experimentação e reflexão, registrando visões estéticas e análises culturais que iluminam os múltiplos aspectos do vestir. A consolidação da moda como campo legítimo se dá justamente pela construção de um aparato teórico consistente, pela institucionalização de pesquisas, pelo aumento da produção acadêmica e pela compreensão de que o vestir é sempre um ato cultural, carregado de significados.

Assim, a moda como campo de estudos se estabelece como lente interpretativa para observar a sociedade, seus desejos, seus conflitos e suas narrativas visuais. Ela revela como construímos identidades, como nos posicionamos no mundo e como disputamos espaços de expressão. Longe de ser frívola, a moda é uma força cultural estratégica, um sistema de linguagem e um espelho, por vezes fiel, por vezes distorcido das complexidades humanas.

2.3 A REVISTA COMO SUPORTE CULTURAL E EDITORIAL

A revista, enquanto suporte cultural e editorial, ocupa um lugar singular no ecossistema da comunicação, articulando informação, estética e discurso em um mesmo objeto. Diferente de outros meios, ela se caracteriza por uma materialidade que convida à imersão: páginas que estabelecem ritmo, sequências visuais que constroem narrativas, textos que se entrelaçam com imagens para produzir sentidos complexos. Nesse formato, o conteúdo não é apenas transmitido, ele é organizado, curado e apresentado de maneira que o leitor experimente camadas de interpretação.

Como artefato cultural, a revista possui a capacidade de registrar e traduzir o espírito de seu tempo. Suas edições funcionam como cápsulas de época, reunindo tendências, debates, linguagens estéticas e transformações sociais. Ao mesmo tempo, ela atua como mediadora entre

campos especializados e o público mais amplo, criando pontes entre academia, mercado, cultura pop, comportamento e arte. Essa mediação revela uma das potências do formato: sua habilidade de combinar rigor analítico com sensibilidade visual, tornando o conhecimento acessível sem perder profundidade reflexiva.

No âmbito editorial, a revista estabelece uma lógica própria de construção discursiva. A seleção de pautas, o desenho gráfico, o tratamento de imagem, a diagramação e a hierarquia das informações constituem um sistema integrado de escolhas que molda a experiência leitora. Cada edição é pensada como obra fechada, mas também como fragmento de uma continuidade, o que confere identidade e coerência à publicação ao longo do tempo. Essa identidade se consolida por meio de decisões que vão desde o tom das reportagens até a estética das fotografias, passando pelas estratégias narrativas que articulam texto e visualidade.

Além disso, a revista é um espaço de experimentação. Ela acolhe novas formas de escrever, propor, representar e discutir temas culturais, permitindo que autores, fotógrafos, designers e editores explorem linguagens híbridas e inventivas. Nesse sentido, o formato atua como laboratório criativo e como vitrine de produções emergentes, contribuindo para a pluralidade de vozes e perspectivas que compõem o panorama cultural contemporâneo.

Por sua natureza plural e sua estrutura narrativa sofisticada, a revista se afirma como suporte capaz de não apenas documentar processos culturais, mas também de influenciá-los. Ela ilumina práticas, legitima discursos, abre caminhos para novas subjetividades e cria repertórios imagéticos e conceituais. Assim, funciona simultaneamente como registro, reflexão e intervenção, reafirmando seu papel como plataforma indispensável para pensar, construir e difundir cultura.

3 METODOLOGIA

3.1 Estrutura Editorial

Foi realizada uma curadoria criteriosa de seis marcas desenvolvidas por alunos e ex-alunos da UFMG, selecionadas para compor as peças publicitárias presentes nesta edição. A revista organiza-se em duas sessões principais: Sessão Pesquisa de Moda II e Sessão Marcas Acadêmicas.

A Sessão Pesquisa de Moda II reúne a apresentação de seis coleções acadêmicas produzidas entre 2023 e 2024, destacando processos criativos, metodológicos e estéticos desenvolvidos pelos estudantes ao longo da disciplina.

Complementando o conteúdo editorial, foram realizadas duas entrevistas exclusivas com personalidades de destaque no campo da moda: Luiz Claudio Silva, fundador da marca Apartamento 03, e Tarcísio D’Almeida, jornalista e professor da disciplina Pesquisa de Moda II. Essas entrevistas ampliam a reflexão crítica da edição e estabelecem um diálogo direto entre prática profissional, pesquisa acadêmica e produção editorial.

3.1.1 Sessão Pesquisa de Moda II

As coleções apresentadas nesta sessão pertencem às edições de 2023 e 2024 da disciplina Pesquisa de Moda II, da UFMG. No primeiro ano, os estudantes desenvolveram projetos a partir do tema “Os vários Brasis”, explorando pluralidades culturais, afetivas e territoriais do país; já em 2024, a proposta “Moda em tempos líquidos” instigou reflexões sobre instabilidade, fluidez e transformações contemporâneas no vestir.

"Abissal Baiano" é uma coleção concebida por **Isabelle Viana Amaral**, estudante de Design de Moda da UFMG e criadora da marca Isabelle Carneiro, que se dedica a traduzir a vastidão estética, cultural e sensorial do litoral da Bahia em peças singulares. A proposta parte de uma visão profundamente afetiva e ao mesmo tempo investigativa, buscando capturar não apenas as paisagens naturais, mas também as camadas simbólicas, históricas e identitárias que compõem esse litoral exuberante como seu “abissal”, entendido aqui como profundidade, mistério e imensidão.

Figura 8: Croquis, Coleção Abissal Baiano, 2023.



Fonte: Arquivo da Autora, 2023.

A paleta cromática aprofunda-se igualmente no caráter simbólico das cores:

- **Violeta**, ligado à espiritualidade e ao mistério das profundezas marítimas;
- **Amarelo ocre**, reminescente das falésias, da luz solar e de tradições afro-baianas;
- **Azul**, representação direta, porém multifacetada, do mar ora sereno, ora abissal;
- **Preto**, evocando sombras, rochas, noites à beira-mar e camadas profundas do inconsciente;
- **Branco**, símbolo de pureza, ancestralidade e sincretismo religioso, marcante na estética baiana

Figuras 9, 10 e 11: Coleção Abissal Baiano, Editorial Revista Absorto, 2025.



Fonte: Editorial Revista Absorto, 2025.

Para materializar esse imaginário, a coleção adota um repertório técnico diverso: crochê artesanal que remete às tradições praieiras, drapeados que evocam o movimento das marés, aplicações de joias que remetem ao brilho do sol na água e ao ouro simbólico da cultura baiana. A paleta cromática composta por violeta, amarelo ocre, azul, preto e branco reconstrói visualmente os contrastes do litoral, do encontro entre céu e mar às sombras das falésias e às luzes intensas do entardecer. Assim, “Abissal Baiano” se consolida como uma interpretação poética e autoral da Bahia marítima, unindo técnica, sensibilidade e identidade cultural em um discurso visual que celebra a diversidade e a riqueza do território baiano.

Figura 12: Editorial Revista Absorto, 2025.



Fonte: Editorial Revista Absorto, 2025.

Assim, a coleção transcende a simples representação do litoral da Bahia: ela opera como um manifesto visual sobre diversidade, território, ancestralidade e memória sensorial. “Abissal Baiano” é, portanto, uma coleção que não apenas celebra a Bahia marítima, mas reinterpreta seu espírito, traduzindo-o em moda por meio de técnicas híbridas, escolhas cromáticas simbólicas e uma abordagem criativa que alia emoção, pesquisa e identidade cultural.

"Lacrimas Lupus Ovis" é uma coleção concebida por **Dust**, que emerge do cruzamento entre a teoria da modernidade líquida de Zygmunt Bauman e vivências pessoais marcadas por enfrentamentos com o conservadorismo e a religião, refletindo sobre as fragilidades emocionais e os paradoxos das relações afetivas contemporâneas. Inspirada cromaticamente na pintura *Agnus*, de Korobov, a proposta articula tons de marrom, branco e dourado em diálogo com texturas como tweed e lã para construir a metáfora central do lobo e da ovelha imagem que simboliza tanto o conflito interno quanto as tensões entre aparência e

essência presentes no moralismo atual.

Figura 13: Croquis Digitais, Coleção Lacrima Lupus Ovis.



Fonte: Acervo Pessoal de Denilsson Barbosa, 2024.

A pesquisa, fundamentada no método de hipertendências, observou macro e microtendências relacionadas ao comportamento da juventude conservadora, convertendo-as em crítica visual sem perder a ancoragem conceitual na fluidez e instabilidade da modernidade líquida. O processo técnico, desenvolvido de maneira inteiramente experimental e sob um prazo excepcionalmente curto apenas duas semanas de produção após o retorno tardio à disciplina resultou em oito looks completos, cada qual acompanhado de uma bolsa, reafirmando uma entrega estética intensa e visceral apesar das adversidades.

Figuras 14, 15 e 16: Coleção Lacrima Lupus Ovis, 2024.



Fonte: Acervo Pessoal de Denilsson Barbosa, 2024

Dirigida a um público que compreende a moda como linguagem crítica, a coleção propõe um jogo simbólico de máscaras e revelações, evidenciando o lobo na pele de cordeiro (ou vice-versa) como comentário ao conservadorismo moral. Mesmo diante das limitações de tempo, buscou-se integrar práticas sustentáveis e preservar uma assinatura autoral marcada por melancolia, profundidade emocional e liberdade criativa, transformando experiências pessoais em discurso visual contundente e poético.

“Dramaturgia Sórdida” é uma coleção concebida por **Gustavo Castro**, inspirada na teledramaturgia brasileira, sobretudo nas vilãs clássicas das novelas, reinterpretadas não por suas roupas, mas pelas emoções, atmosferas e imagens de poder que evocam. A escolha do tema nasce de uma ligação afetiva profunda: as novelas foram, desde a infância, um espaço de convivência familiar e memória, tornando-se o recorte mais significativo dentro da proposta “os vários Brasis”.

Figura 17 e 18: Coleção Dramaturgia Sórdida, 2023.



Fonte: Acervo Pessoal de Gustavo Castro, 2023

As cores, tecidos e formas derivam de um moodboard construído a partir da energia dessas personagens, traduzindo glamour, sensualidade e teatralidade. Tecidos fluidos convivem com materiais rígidos, criando silhuetas imponentes. A pesquisa foi majoritariamente histórica, buscou compreender o comportamento das vilãs e evitou leituras literais, privilegiando a percepção pessoal e a desconstrução criativa.

Figura 19: Coleção Dramaturgia Sórdida, 2023



Fonte: Acervo Pessoal de Gustavo Castro, 2023.

Tecnicamente, a coleção alterna entre modelagem plana e moulage, especialmente nos corsets, com acabamentos precisos, uso de entretelas e ilhós como recurso visual e funcional. Os maiores desafios envolveram a materialização das ideias e a complexidade da confecção, superados com apoio técnico de colegas.

A coleção reflete claramente o estilo autoral do criador, glamouroso, sexy e dramático e sintetiza um Brasil múltiplo e simbólico, transformando memórias, cultura pop e emoção em narrativa visual.

A coleção “¿BRASIL?” é uma coleção concebida por **Giovana Bettio**, nasce de um mergulho profundo na vasta constelação de símbolos que formam o imaginário cultural do país, tendo como eixo central a cultura pop brasileira e suas múltiplas camadas de sentido. A criadora parte de ícones presentes no cotidiano marcas, produtos, expressões visuais e afetivas e os transforma em matéria poética, costurando elementos de nostalgia, ironia e orgulho nacional. Esse jogo entre o olhar externo, frequentemente atravessado por estereótipos internacionais, e a percepção íntima de quem vive o Brasil por dentro, estruturou o tom da coleção desde os primeiros esboços.

Figuras 20, 21, 22: Croquis, Coleção ¿BRASIL?, 2023.



Fonte: Acervo Pessoal de Giovana Bettio, 2023.

A transposição do conceito para os elementos visuais teve como ponto inicial a paleta da bandeira brasileira, privilegiando o verde, o azul e o amarelo. Essa base cromática guiou a construção das formas, que foram inspiradas tanto na geometria da bandeira quanto em ícones arquitetônicos e urbanos: o calçadão de Copacabana, as curvas modernistas de Niemeyer, o triângulo azul associado à imagem de Nossa Senhora Aparecida. Cada forma selecionada reforçava o vínculo entre estética e identidade, entre o imaginário coletivo e a memória afetiva da criadora.

Quanto ao público-alvo, a criadora adotou uma postura inversa ao habitual: não parte de um segmento fixo, mas de sua própria visão estética e emocional. Cria o que gostaria de ver no mundo e, por consequência, alcança pessoas diversas, sem delimitações rígidas de nicho.

Figura 23: Identidade Visual, Coleção ¿BRASIL?.



Fonte: Acervo Pessoal de Giovana Bettio, 2023.

Por fim, os traços de identidade pessoal da criadora permeiam toda a coleção. Longe de serem detalhes superficiais, eles estruturam a narrativa da obra. Cada look carrega fragmentos emocionais, memórias e afetos da designer, representando sua visão de mundo e sua própria história como brasileira. A coleção “¿BRASIL?” expressa, portanto, não apenas um país, mas também a própria criadora uma síntese sensível entre experiência pessoal e imaginação coletiva, entre crítica e celebração, entre sociedade e subjetividade

A coleção “I’MMORTAL” é uma coleção concebida por **Sofia Versiani**, nasce de um gesto criativo que atravessa séculos, recuperando a memória da moda e da humanidade para reconstruí-las sob uma perspectiva contemporânea. Inspirada por múltiplas eras históricas, a designer parte de um desejo central: revelar como a indumentária sempre em fluxo carrega a imortalidade simbólica de seus ciclos, mesmo em meio ao “tempo líquido” que define a modernidade. O tema da disciplina torna-se, assim, uma lente interpretativa que orienta a coleção como uma reflexão sobre mutabilidade, permanência e reinvenção.

Figura 24 e 25: Coleção I’MMORTAL, 2024.



Fonte: Editorial, Revista Absorto, I’MMORTAL, 2025.

A pesquisa, profundamente enraizada na história, mergulha em tendências e silhuetas do passado para compreender como retornam reconfiguradas nos dias atuais. As cores são escolhidas em diálogo com o professor Tarcísio, buscando combinações que expressem continuidade temporal e coerência conceitual. As formas decorrem das muitas épocas estudadas, resultando em um repertório amplo de silhuetas, enquanto os tecidos evocam certa nostalgia material, uma aparência de “tempo” que reforça o caráter eterno da coleção.

Figura 26: Coleção I'MMORTAL, 2024.



Fonte: Editorial, Revista Absorto, 2025.

Por fim, “I'MMORTAL” é também um autorretrato: a estilista imprime na coleção seu fascínio pelo lúdico, pela permanência da moda e pelo poder que o vestuário possui de atravessar tempos, corpos e imaginários. Cada peça torna-se um fragmento dessa identidade um elo entre passado, presente e aquilo que, artisticamente, se recusa a morrer.

A coleção “**HIPUNK: Um Chamado Para Guerra**” é uma coleção concebida por **Julia Barbosa**, surge como expressão direta da identidade da criadora, inspirada por uma transformação pessoal e pelas estéticas do punk, rock, hip hop e rap. A partir do tema “Moda em tempos líquidos”, a coleção critica a superficialidade contemporânea e apresenta um discurso de resistência, comparando-se simbolicamente a uma guerra entre civis e Estado.

Figura 27 e 28: Coleção “HIPUNK: Um Chamado Para Guerra”, 2024.



Fonte: Editorial, Revista Absorto, 2025.

As escolhas visuais reforçam essa intenção: cores fortes, modelagens amplas, mistura de tecidos urbanos e artesanais, além de técnicas inspiradas no DIY punk, como rasgos, sobreposições e pinturas manuais. A pesquisa combina história das subculturas, referências musicais e observação das ruas, especialmente da cena cultural de Belo Horizonte. O público-alvo reúne jovens periféricos, negros, LGBTQIA+ e artistas que usam a moda como afirmação de identidade.

Figura 29: Coleção “HIPUNK: Um Chamado Para Guerra”, 2024.



Fonte: Editorial, Revista Absorto, 2025.

Com elementos de upcycling e apoio de amigos, professores e colaboradores, HIPUNK se constrói como autorretrato: uma coleção intensa, crítica e autêntica, que entende a moda como forma de resistência e verdade pessoal.

A coleção “**Frutíferas Nativas**” criada por **Paloma Meireles**, nasceu de um momento íntimo de criação: o caderno de desenhos onde a autora buscava exercitar seu traço. A imagem de um guaraná tatuado em uma amiga despertou a primeira fagulha, que rapidamente se transformou em um croqui e, depois, em um mergulho profundo nas frutas originalmente brasileiras pesquisa que dialogou perfeitamente com o tema Brasilidade do desfile de Pesquisa de Moda 2. A partir desse impulso inicial, foram produzidos cerca de cinquenta croquis explorando diferentes frutas, formas, cores e experimentações high fashion, até que, junto ao professor Tarcísio, os looks mais potentes foram selecionados para desenvolvimento.

Figura 30 e 31: Coleção “Frutíferas Nativas”, 2023.



Fonte: Acervo Pessoal de Paloma Meireles, 2023.

O processo combinou investigação visual árvores, flores, texturas com escolhas têxteis pensadas para traduzir a organicidade e a exuberância das frutas. O crochê, especialmente no look Guaraná, tornou-se central por permitir tridimensionalidade, aparecendo também em acabamentos e acessórios. Tecidos como crepe prada e sarja deram brilho e estrutura; malha suplex, helanca e tule garantiram conforto e leveza. As técnicas foram amplas e variadas: amigurumi, pompons, costura reta e overloque, acabamentos à mão, viés, barbatanas metálicas, manipulação de correntes, impressão 3D, moulage e modelagem plana todas contribuindo para a construção de um imaginário exuberante e festivo.

Figura 32: Coleção “Frutíferas Nativas”, 2023.



Fonte: Acervo Pessoal de Paloma Meireles, 2023.

Pensada para um público jovem que aprecia moda e festas, a coleção abraça o espírito camp, refletindo diretamente a identidade da criadora e sua afinidade com o lúdico e o exagero elegante. Apesar dos desafios materiais pouco familiares, necessidade de buscar especialistas em crochê e impressão 3D, correria dos prazos e complexidade técnica o processo foi enriquecido pelo apoio de amigos e colegas. No fim, a experiência, embora exaustiva, revelou-se profundamente gratificante e reafirmou o potencial expressivo da moda inspirada na riqueza natural brasileira.

3.1.2 Sessão Marcas de Discentes

A sessão “Marcas de Dicentes” reúne projetos autorais desenvolvidos por estudantes que, ao longo de sua formação, iniciaram o percurso de construção de identidades de marcas próprias. Aqui, não se trata de coleções isoladas, mas de universos criativos em formação e posicionamento que emergem da integração entre pesquisa, prática e subjetividade. Cada marca apresentada conta o entrelaçamento entre trajetória pessoal, referências culturais e experimentações técnicas, revelando como o ambiente acadêmico pode funcionar como incubadora de pensamento crítico, profissionalização e maturação conceitual.

A **Mixórdia** surge com o idealizador, **Thyago Moreira**, não exatamente como uma marca formal, mas como um espaço experimental em constante ebulição uma página onde o criador desenvolve pesquisas estéticas, produz peças, vende algumas para sustentar o próprio processo e, acima de tudo, cultiva um território de questionamento. A gênese desse projeto está profundamente ligada à sua trajetória na UFMG, especialmente após a disciplina *Pesquisa de Moda II*, momento em que o látex apareceu como uma descoberta transformadora e como o centro de sua investigação criativa.

Figura 33: Layout, Marca Mixordia.



Fonte: Acervo Pessoal de Thyago Moreira, 2023.

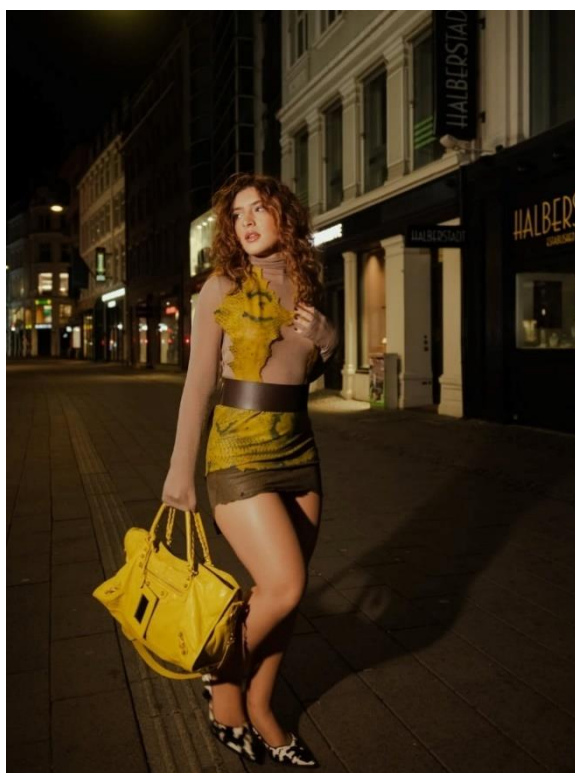
A identidade da Mixórdia nasce de referências pessoais intensas e, muitas vezes, marcadas por sensações de limite, aperto e sufocamento. O látex não apenas como material, mas como metáfora torna-se o principal vetor dessa expressão, acompanhado por elementos de acessos limitados, como bijuterias simples, peças de *second hand* e recursos reaproveitados. Esse conjunto revela uma estética que se constrói pela fricção entre necessidade e conceito, onde a vida do criador, permeada por tensões e resistências, encontra forma concreta nos materiais que escolhe.

O público-alvo, ao contrário de marcas já estruturadas, não é uma preocupação inicial. A Mixórdia se move de forma instintiva e conceitual: primeiro vem a ideia, o experimento, o manifesto visual. A intenção maior não é vestir uma pessoa específica, mas provocar inserir fricção em um universo saturado de estímulos rápidos, gerando uma pausa, um estranhamento, um desconforto fértil. Nesse sentido, a marca dialoga com um público que se abre ao enigma,

que aceita o impacto antes da compreensão.

A identidade visual ainda está em construção, assim como a marca. Assim como no início, não há um roteiro pré-estabelecido para seguir e talvez esse seja justamente o ponto central. A Mixórdia é processo. É caos fértil. É obra em andamento. O maior desafio, até agora, tem sido justamente a ausência de trilhas claras a sensação de não saber como começar e, mesmo assim, continuar. Esse movimento constante, feito de tentativas, erros, improvisos e descobertas, configura o aprendizado mais valioso: entender que criar algo próprio é, antes de tudo, aceitar o desconhecido e permitir-se existir dentro dele.

Figura 34 e 35: Mixordia, Publicidade.



Fonte: Acervo Pessoal de Thyago Moreira, 2025.

A **Paes Ateliê** nasce de uma convicção central do estilista **Lucas Paes**: só importa a moda que permanece, aquela que resiste ao tempo e continua relevante décadas depois. Essa visão foi profundamente fortalecida na trajetória do criador pela UFMG, onde o contato direto com acervos de nomes como Clara Nunes, Carmen Mayrink, Lino Villaventura e Gustavo Lins consolidou sua crença em uma moda de permanência, rigor e sentido. É nesse espaço de patrimônio e memória que a marca se ancora.

Figura 36: Layout, Paes Ateliê.

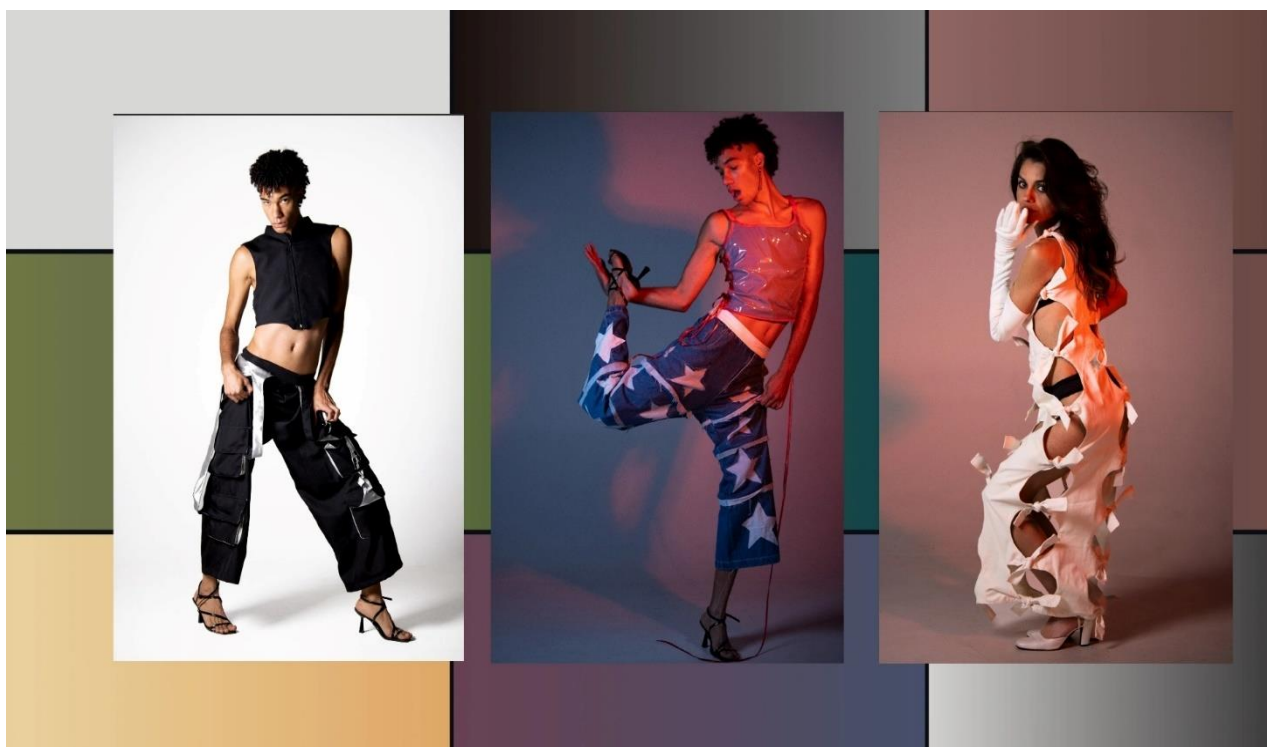


Fonte: Acervo Pessoal de Lucas Paes, 2022.

O público da marca se formou naturalmente: pessoas que não encontrariam em outro lugar o resultado desejado, clientes que buscam tradução estética personalizada e que compreendem que o processo é tão importante quanto o produto final. A rotina do ateliê envolve múltiplas provas e uma relação quase clínica entre escuta e elaboração é no diálogo íntimo com o cliente que as peças ganham vida.

As inspirações que moldam o Paes Ateliê vêm sobretudo dos movimentos artísticos brasileiros modernismo, Grupo Frente, Ruptura, neoconcretismo. É nesse imaginário nacional sofisticado, ousado e elegante que o designer reconhece as bases de sua sensibilidade estética. Assim, sua criação busca a simplicidade elevada da bossa nova, as curvas de Niemeyer e a força plástica dos modernistas como Tarsila.

Figura 37: Paes Ateliê, Editorial, Revista Absorto, 2025.



Fonte: Editorial, Revista Absorto, 2025.

Sua identidade visual é sua assinatura literal: o traço firme, inconfundível, que o acompanha desde criança. Tudo que produz carrega “o peso de sua mão”, como ele mesmo descreve uma marca que não se dissolve, mas afirma presença.

A UFMG foi determinante para afinar esse olhar, trazendo a sofisticação que ele desejava: visitas a museus, projetos de ateliê, pesquisas e palestras que expandiram sua cosmovisão sobre moda.

Entre os maiores desafios, destaca-se o domínio técnico: drapejamentos, acabamentos, modelagens e cortes, especialmente quando se trabalha com pouco porque o pouco exige precisão absoluta. Nessa contenção, porém, a Paes Ateliê encontra sua força: fazer do essencial um gesto de profundidade e arte.

A marca **Gustavo Castro Ateliê**, que tem como estilista nasce de um compromisso profundo com a autoralidade, expressa pela fusão entre sensualidade e elegância, elementos que, combinados, constroem uma estética sofisticada, contemporânea e voltada ao empoderamento. Essa visão amadureceu ao longo da trajetória do criador na UFMG, período em que desenvolveu um olhar mais crítico e criativo sobre moda, fortalecendo o desejo de construir uma identidade própria, alinhada aos seus valores e à sua percepção estética.

Figura 38: Layout, Marca Gustavo Castro Ateliê.



Fonte: Acervo Pessoal de Gustavo Castro, 2023.

Figuras 39 e 40: Editorial Independente, Gustavo Castro Ateliê.



Fonte: Acervo Pessoal de Gustavo Castro, 2023.

A proposta da marca é destinada a uma mulher poderosa, dona de personalidade, que busca autenticidade sem abrir mão do glamour. O estilo se ancora em um imaginário sexy, glamouroso e levemente experimental, pensado para consumidoras que veem a moda como um território de expressão individual. Esse público valoriza peças autorais, elegantes e sensuais peças que comunicam sofisticação, qualidade e singularidade.

Materiais e técnicas reforçam essa identidade: o uso recorrente de ilhós, tecidos fluidos contrastados com estruturas rígidas, corsets e acabamentos de apelo marcante dialogam diretamente com o conceito proposto. Para equilibrar criatividade e viabilidade, o designer desenvolve peças altamente autorais e, a partir delas, cria versões mais comerciais sem perder o DNA original da marca.

Inspirado por nomes como Saint Laurent, Tom Ford, Mugler e McQueen, Gustavo Castro constrói seu processo criativo de forma natural, sempre incorporando traços pessoais em cada trabalho. A identidade visual da marca surgiu de uma observação cuidadosa de como grandes casas de moda comunicam seus valores, resultando em uma linguagem própria e coerente com seu universo estético.

A **Destroyendo** nasce do estilista **Lucas Borges**, como uma extensão direta da identidade de seu criador, articulando-se a partir de imagens que tocam cada pessoa de maneira única, mas que compartilham raízes nas vivências pessoais e coletivas construídas dentro e fora da UFMG. A marca se fundamenta na ideia de presença e dramatização um reflexo da paixão do designer pelo drama nas artes, no cinema, na música e em toda forma de expressão visual intensa.

Figura 41: Layout Marca Destroyendo.



Fonte: Acervo Pessoal de Lucas Borges, 2023.

Seu público surgiu organicamente: pessoas ligadas ao baixo centro, à cultura de rua e à produção audiovisual grupos que dialogam profundamente com as experiências e a estética pessoal do criador. O estilo visual da Destroyendo se estabelece na fluidez e na versatilidade, combinando o óbvio e o não óbvio para formar stylings que se destacam pela ousadia e pela construção de imagens impactantes.

A marca trabalha com luz baixa, focada e cuidadosamente dirigida, além de detalhes de styling que intensificam a teatralidade da fotografia. Essa abordagem faz com que o observador seja convidado a imergir na cena, percebendo nuances que constroem a narrativa visual da marca.

Para equilibrar o caráter artístico com a necessidade de dialogar com o mercado, o designer produz peças e imagens comerciais atravessadas por elementos conceituais, usando o styling como ferramenta para criar novas possibilidades de uso e ampliar o alcance de cada criação.

Figuras 42 e 43: Editorial Independente, Marca Destroyendo.



Fonte: Acervo Pessoal de Lucas Borges, 2023.

O processo criativo se dá no caos fértil: após receber uma proposta, o designer mergulha em referências diversas, produz croquis e experimenta caminhos não lineares hora começando pela imagem, ora pela confecção, ora pela escolha de modelos. A identidade visual consolidou-se a partir de fotografias com forte teatralidade, que atraíram seguidores e definiram o DNA da Destroyendo: uma estética que nunca busca a perfeição, mas sim o drama necessário para tornar a imagem memorável.

3.1.3 Entrevista: luiz claudio silva, apto 03

A entrevista com **Luiz Claudio Silva**, fundador da **Apartamento 03**, revela o universo sensível, rigoroso e profundamente afetivo que sustenta seu trabalho. Ao longo da conversa, o estilista reflete sobre suas raízes em Minas Gerais, a importância da ancestralidade como eixo criativo e o papel da memória como matéria-prima de suas coleções. Ele comenta seu processo artesanal, o respeito absoluto pelo tempo da criação e a busca por uma moda que não siga tendências, mas que dialogue com histórias, afetos e gestos transmitidos entre gerações. A entrevista, portanto, ilumina a filosofia silenciosa e poética da marca, mostrando como Luiz Claudio transforma o ato de costurar em um modo de preservar e reinventar heranças.

Figura 44: Editorial, Casa VOGUE, 2021.



Fonte: Casa Vogue – Globo (2021)

3.1.4 Entrevista: tarsísio d'almeitda, jornalista e prof. da Matéria pesquisa de moda ii, ufmg.

A entrevista realizada no âmbito da disciplina **Pesquisa de Moda II** revela, em poucas perguntas, a profundidade do processo criativo dos estudantes ao desenvolverem suas marcas, coleções e identidades visuais. Cada resposta evidencia como a disciplina funciona como um laboratório de experimentação onde conceitos se solidificam, trajetórias pessoais se convertem em linguagem estética e a prática reflexiva se torna parte essencial do fazer moda. O prof. Tarcísio ao comentar sobre as inspirações, escolhas materiais, desafios e descobertas, os alunos demonstram não apenas domínio técnico crescente, mas também a construção de um pensamento autoral, crítico e consciente, que traduz a essência da disciplina: formar olhares capazes de pesquisar, interpretar e transformar o mundo por meio do vestuário.

Figura 45: Tarcísio D’Almeida Alves, Jornalista e Prof. UFMG.



Fonte: UDESC (2023)

3.2 LINGUAGEM GRÁFICA

A construção gráfica da Absorto, parte da premissa de que a revista deve ser um espaço de contemplação e investigação sensível. Por isso, sua identidade visual é guiada pela junção entre minimalismo estrutural, poesia visual e rigor editorial, compondo um ambiente onde a imagem respira e o texto se expande, em equilíbrio preciso.

- Aberturas de capítulo com páginas inteiras de conceito visual.
- Ensaio longos alternados com microtextos, criando ritmo interno que evita saturação e reflete os altos e baixos do processo criativo.
- Capítulos que combinam depoimentos, reflexões teóricas e imagens processuais, para aprofundar a compreensão do leitor sobre o desenvolvimento das coleções dos alunos.
- Estética editorial híbrida, mesclando ensaios autorais, registros documentais dos processos e imagens conceituais que evoquem atmosfera emocional.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento da revista Absorto evidenciou a potência do entrelaçamento entre criação, crítica e documentação no campo da moda acadêmica. Ao transformar os processos vivenciados na disciplina Pesquisa de Moda II em um objeto editorial, foi possível construir um espaço que ultrapassa a lógica da apresentação efêmera de um desfile, registrando e interpretando, com profundidade, as etapas que moldam o pensamento e a prática de criação dos estudantes.

Esse percurso ampliou a compreensão sobre como a moda, enquanto linguagem cultural e estética, se beneficia enormemente de suportes que valorizam seus processos e não apenas seus resultados finais.

A elaboração da revista consolidou um entendimento mais amplo sobre o papel da edição, da curadoria visual e da escrita crítica como dispositivos de análise e preservação da memória criativa. Ao longo do projeto, foram exploradas metodologias editoriais, técnicas de composição gráfica e estratégias de narração visual que contribuíram para estruturar um produto sofisticado, alinhado às exigências contemporâneas do design editorial e ao compromisso de evidenciar o trabalho dos estudantes de forma ética, sensível e tecnicamente consistente.

O aprofundamento na pesquisa teórica especialmente no que diz respeito ao impacto do digital na escrita de moda e às discussões sociológicas sobre o campo reforçou a necessidade de revisitar formatos que resgatem a densidade discursiva e a reflexão crítica. Nesse sentido, a Absorto se posiciona como contraponto ao imediatismo das mídias aceleradas, reafirmando a

revista impressa como espaço de imersão, permanência e leitura qualificada. O processo de construção revelou, assim, o quanto a materialidade editorial pode operar como gesto de resistência cultural, valorizando o tempo, a narrativa e o pensamento.

A revista também proporcionou um aprendizado técnico significativo, envolvendo escolhas metodológicas coerentes, pesquisa iconográfica, organização estrutural e rigor na edição textual e visual. As diversas etapas de ajustes, revisões e experimentações reforçaram a importância da prática como campo investigativo, demonstrando que a moda ao se articular com o design, a escrita e a fotografia se tornam um território expansivo, onde múltiplas linguagens convergem para produzir significado.

Ao final, os objetivos propostos pela Absorto foram plenamente alcançados: criar uma plataforma que amplifique as vozes e processos criativos dos estudantes, constituir um arquivo visual e conceitual da produção da disciplina e oferecer um suporte editorial que combine sensibilidade estética, rigor metodológico e profundidade crítica. A revista emerge não apenas como produto, mas como manifesto um testemunho da potência criativa presente na Escola de Belas Artes e um convite à continuidade das investigações que conectam moda, arte e pensamento.

Assim, este trabalho se estabelece como ponto de chegada e, simultaneamente, como ponto de partida. Ele reafirma a importância da documentação reflexiva no ensino de moda e abre caminho para futuras edições, projetos e desdobramentos, garantindo que aquilo que surge no ateliê, na pesquisa e no processo criativo não se esgote na passarela, mas permaneça registrado, interpretado e celebrado em sua complexidade e profundidade.

REFERÊNCIAS

ABRÃO, J. A. M. O virtual é o novo real? A virtualização do cotidiano a partir de um olhar interacionista. **ComCiência**, 2020. Disponível em: <https://www.comciencia.br/o-virtual-e-o-novo-real-a-virtualizacao-do-cotidiano-a-partir-de-um-olhar-interacionista/>. Acesso em: 07 out. 2025.

AMORIM, W. G.; BOLDT, R. S. Moda Virtual: aceleração no processo de transformação digital devido à pandemia de COVID-19, In: Colóquio Internacional de Design, v. 8, n. 20, dez., 2020, p. 1088-1101, São Paulo. **Anais Blucher Design Proceedings**, dez., 2020. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/moda-virtual-acelerao-no-processo-de-transformao-digital-devido-pandemia-de-covid-19-35907> Acesso em: 20 out. 2025.

BUENO, T.; CARDOSO, L. C. O impacto do digital sobre a escrita no jornalismo de moda contemporâneo: o que pensam os jornalistas brasileiros? **Animus Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, v. 22, n. 49, p. 301-321, dez., 2023. DOI: 10.5902/2175497774395 Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/377378762_O_impacto_do_digital_sobre_a_escrita_no_jornalismo_de_moda_contemporaneo_o_que_pensam_os_jornalistas_brasileiros Acesso em: 15 out. 2025.

KATY Perry é capa da nova revista da Melissa! **Capricho** , 2024. Disponível em: <https://capricho.abril.com.br/moda/katy-perry-e-capa-da-nova-revista-da-melissa/> Acesso em: 10 out. 2025.

KAWAMURA, Y. **Fashion-ology**: An introduction to the Fashion Studies. Oxford: Berg, 2005.

MUNIZ, L. Decoração de apartamento alugado tem obras de arte e plantas no banheiro. **Casa Vogue Globo** , 2021. Disponível em:

<https://casavogue.globo.com/Interiores/apartamentos/noticia/2021/07/decoracao-de-apartamento-alugado-tem-obras-de-arte-e-plantas-no-banheiro.html> Acesso em: 20 out. 2025.

POPOVA, M. The Poetics of Reverie: Philosopher Gaston Bachelard on Love, Solitude, and Happiness. **The Marginalian** , 2014. Disponível em:

<https://www.themarginalian.org/2014/07/24/the-poetics-of-reverie-gaston-bachelard/> Acesso em: 18 out. 2025.

PROGRAMA de Pós-Graduação da Udesc recebe professor da UFMG para atividades sobre moda e economia criativa. **Universidade do Estado de Santa Catarina** , 2025. Disponível em: https://www.udesc.br/noticia/programa_de_pos-graduacao_da_udesc_recebe_professor_da_ufmg_para_atividades_sobre_moda_e_economia_criativa Acesso em: 20 out. 2025.

REVISTA Plastic Dreams. **Casa Darwin** , [s.d.]. Disponível em: <https://www.casadarwin.com.br/revista-plastic-dreams> Acesso em: 08 out. 2025.

RIBEIRO, M. Revista Melissa Plastic Dreams. **BlogSpot** , 2010. Disponível em: <https://maiararibeiro.blogspot.com/2010/04/revista-melissa-plastic-dreams.html> Acesso em: 17 out. 2025.

TEIXEIRA, B. **Revista customizada como estratégia de comunicação da Melissa** : análise da Plastic Dreams. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013. Disponível em:

<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/77184/000895630.pdf;jsessionid=8614CD92A1FEC367395E448380FD2343?sequence=1> Acesso em: 18 out. 2025.

TOZZINI, M. Vivienne Westwood para Melissa. **Ideia da Dica** , 2011. Disponível em:

<https://ideiadadica.blogspot.com/2011/03/vivienne-westwood-para-melissa.html#:~:text=As%20fotos%2C%20realizadas%20no%20pub,com%20cheirinho%20de%20tutty%20frutty> Acesso em: 09 out. 2025.