



PÓS COM

Programa de Pós-Graduação
em Comunicação
e Territorialidades - UFES

GRUPO DE PESQUISA COMUNICAÇÃO, MODA E CULTURA

Maria Nazareth Bis Pirola¹

Palavras-chave:

Comunicação; moda; cultura; corpo; identidade

RESUMO EXPANDIDO

Temos por objetivo apresentar o **Grupo de Pesquisa Comunicação, Moda e Cultura/CNPq-UFES**. O GP estuda os campos da comunicação e da moda, em diálogo com as diferentes culturas e identidades. Investiga a influência que esses fenômenos exercem nas práticas de vida dos indivíduos, em seus contextos históricos, sociais, econômicos, políticos, comunicacionais e culturais. A base teórica mobiliza história e filosofia da moda; comunicação, moda e cultura; ativismos na moda; moda e sustentabilidade; moda decolonial, em especial, moda afro-brasileira e indígena. Pirola (2025), em “Introdução aos estudos em Comunicação e Moda”, traz uma síntese de autores e conceitos básicos para quem deseja iniciar os estudos nas interfaces comunicação, moda e cultura. Calanca (2011) defende que a moda está presente em todos os períodos históricos. Com ela, estudamos a sociedade, suas resistências sociais, culturais, morais e costumes. A indumentária “tem valência de linguagem, [...] um sistema de signos por meio do qual os seres humanos delineiam a sua posição no mundo e a sua relação com ele. [...] Pode-se afirmar que o vestir funciona como uma sintaxe” (Calanca, 2011, p.16). Barnard (2003) diz que a moda e a indumentária são meios de comunicação e também práticas culturais, já que a cultura pode ser

¹ Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES/Centro de Artes). Pós-Doutora em Cultura e Sociedade (UFBA). Mestre e Doutora em Educação (UFES). Graduada em Publicidade e Propaganda (UFES). n.pirola@uol.com.br.

entendida como um sistema de significados que abarca a comunicação entre as pessoas, seus valores, crenças e atividades diversas. Nesse sentido, as vestes podem ser mobilizadas pelos indivíduos para compor suas aparências e identidades. McLuhan (1964), afirma que “o vestuário, como extensão da pele, pode ser visto como [...] um meio de definição do ser social; [...] é uma extensão mais direta da superfície externa de nosso corpo” (McLuhan, 1964, p. 140). Já Maffesoli (1996), ao estudar sobre a aparência, defende que o corpo engendra comunicação. Berlim (2016) alerta que no contexto atual as empresas, em seus processos de produção e circulação, afetam a sociedade e a vida no planeta como um todo. Além disso, a história tem nos mostrado como algumas culturas foram silenciadas ou mesmo apagadas. Assim, o modativismo de Barreto (2024) e os estudos pluriculturais de Vidal (2024), mostram que os espaços de ensino decoloniais são importantes para trazer a consciência e manutenção das culturas dos povos, mas também contrapor a visão epistêmica do colonizador. As lentes metodológicas do GP têm inspiração fenomenológica; e sócio-antropológica- comunicacional (Cidreira, 2014). Com um ano de existência, podemos elencar as principais atividades, produções e conquistas do grupo: reuniões de estudo; orientações de iniciação científica e TCCs; publicação de artigos em periódicos científicos; participação em eventos da área, em especial, Intercom Nacional, Intercom Sudeste e Colóquio de Moda; e em parceria com o Grupo de Pesquisa Corpo e Cultura/CNPq-UFRB-BA, fundamos o **Grupo de Pesquisa Comunicação e Moda no Intercom Nacional**, maior evento de comunicação no país.

REFERÊNCIAS

BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BARRETO, Carol. **Modativismo: Quando a moda encontra a luta**. São Paulo: Editora Paralela, 2024.

BERLIM, Lilyan. **Moda e Sustentabilidade: uma reflexão necessária**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

CALANCA, Daniela. **História Social da Moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo,



PÓS COM

Programa de Pós-Graduação
em Comunicação
e Territorialidades - UFES

2011.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **A moda numa perspectiva compreensiva**. Cruz das Almas/BA: UFRB, 2014.

MCLUHAN, Marshal. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Editora Cultrix, 1964.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

PIROLA, Maria Nazareth Bis. **Introdução aos estudos em comunicação e moda**. In: 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2025, Vitória. Anais do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2025.

VIDAL, Julia; SOUZA, Júlia Muniz de. **A moda e seu ensino decolonial como tecnologias de encantamento para preservação das vestimentas indígenas no cotidiano**. 2024. Disponível em

<<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1702/862>>. Acesso em 10 jun. 2025.

Minicurrículo

Maria Nazareth Bis Pirola

Pós-Doutora em Cultura e Sociedade (UFBA). Doutora e Mestre em Educação (UFES). Graduada em Publicidade e Propaganda (UFES). Docente do Depto de Comunicação Social da UFES. Coordenadora do GP Comunicação, Moda e Cultura/UFES. Vice-coordenadora do GP Comunicação e Moda da Intercom. Membro do GP Corpo e Cultura/UFRB/UFBA. Pesquisas em comunicação, moda e cultura; moda e identidade; moda afro-brasileira; moda indígena; moda e corpo; moda decolonial; comunicação e moda sustentável; discursos em comunicação e moda.