

UNIVERSIDADE FEEVALE

CRISTIANE DA MOTA CASSA

O USO DA COR PRETA NO VESTUÁRIO COMO MEIO DE EXPRESSÃO SOCIAL  
E CULTURAL

Novo Hamburgo  
2017

CRISTIANE DA MOTA CASSA

O USO DA COR PRETA NO VESTUÁRIO COMO MEIO DE EXPRESSÃO SOCIAL  
E CULTURAL

Anteprojeto do Trabalho de Conclusão de  
Curso apresentado como requisito parcial  
à obtenção do grau de Bacharel em Moda  
pela Universidade Feevale.

Orientador: Prof.<sup>a</sup> Ms. Júlia Isoppo Picoli

Novo Hamburgo  
2017

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>TEMA.....</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>DELIMITAÇÃO DO TEMA.....</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>JUSTIFICATIVA .....</b>	<b>6</b>
<b>4</b>	<b>PROBLEMA .....</b>	<b>7</b>
<b>5</b>	<b>HÍPOTESE.....</b>	<b>8</b>
<b>6</b>	<b>OBJETIVOS .....</b>	<b>9</b>
	6.1 OBJETIVO GERAL.....	9
	6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	9
<b>7</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>10</b>
<b>8</b>	<b>SUMÁRIO COMENTADO .....</b>	<b>11</b>
<b>9</b>	<b>CRONOGRAMA.....</b>	<b>13</b>
<b>10</b>	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>14</b>

## **1 TEMA**

O uso da cor preta no vestuário como meio de expressão social e cultural.

## **2 DELIMITAÇÃO DO TEMA**

A proposta é compreender o vestuário enquanto forma de linguagem, e meio de expressão social e cultural, adentrando no universo da cor preta aplicada à vestimenta, buscando por suas peculiaridades e usos ao longo da história da indumentária e da moda.

### 3 JUSTIFICATIVA

O presente trabalho será desenvolvido sob o pretexto de que, as cores são fatores primordiais dentro do processo de desenvolvimento de um produto. Podendo ocorrer, diferentes associações e percepções de acordo com a cultura e a sociedade onde o indivíduo está inserido (FRASER, 2011). O estudo e entendimento das cores em determinados locais e épocas, pode ser um fator decisivo para que haja êxito no direcionamento criativo.

A cor preta é um grande exemplo disto, havendo inúmeras variantes em suas associações e percepções, de acordo com a localização geográfica e ao momento no tempo na qual seu uso esteve presente. Outro fato importante relacionado a esta cor, é que, a cor preta é muito frequentemente utilizado pelo mercado de moda, estando atualmente presente em muitas coleções de moda, apesar de no passado, ser restrita a poucos pela raridade do pigmento e por ser associada a sentimentos negativos, como tristeza e dor (HARVEY, 2013).

Portanto, a autora considera que estudo das aplicações desta cor ao vestuário, pode propiciar um melhor entendimento de aspectos sociais e culturais de uma sociedade e contribuir positivamente à esfera mercadológica.

#### **4 PROBLEMA**

Como o uso da cor preta no vestuário tornou-se um meio de expressão social e cultural ao longo da história da indumentária e da moda, e de que forma isso reflete na moda contemporânea?

## **5 HÍPOTESE**

Supõe-se que a cor preta possa ter sofrido mudanças no seu contexto de uso como um reflexo de acontecimentos sociais e culturais ao longo da história.



## 6 OBJETIVOS

### 6.1 OBJETIVO GERAL

Estudar a cor preta aplicado ao vestuário como meio de expressão social e cultural.

### 6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Compreender a moda como linguagem e meio de estudo da sociedade;
- b) Explorar a cor preta ao longo da história da indumentária e da moda;
- c) Identificar as referências de expressão social e cultural no uso da cor preta no vestuário;
- d) Analisar a marca Gareth Pugh com intuito de desenvolver uma coleção de moda feminina conceitual para a marca/estilista, tendo como subsídio os elementos pesquisados.

## 7 METODOLOGIA

A pesquisa para este projeto, conforme Prodanov e Freitas (2013), será desenvolvido a partir da natureza aplicada, já que tem como objetivo “gerar conhecimento para a aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos”, neste caso, uma pesquisa que posteriormente será subsídio para a criação de uma coleção de moda. O método utilizado será o hipotético-dedutivo, pois onde são desenvolvidas hipóteses com a finalidade de serem aceitas ou refutadas, através da pesquisa a qual será realizada.

Sob a ótica dos objetivos pode ser classificada exploratória, já que busca um maior aprofundamento teórico acerca dos assuntos retratados, tendo como procedimento técnico a revisão bibliográfica, realizada principalmente a partir de livros e artigos científicos (PRODANOV E FREITAS, 2013).

## **8 SUMÁRIO COMENTADO**

### **1 INTRODUÇÃO**

A introdução trata-se de um breve texto que versará sobre resumidamente sobre todos os aspectos deste anteprojeto de pesquisa. Portanto, serão abordados em único texto os todos capítulos abordados.

### **2 MODA COMO LINGUAGEM**

Neste capítulo será ancorado sobre descrever a moda enquanto linguagem sob uma perspectiva mais generalista, serão utilizados conceitos de Malcolm (2003) em Moda e Comunicação, Castilho (2004) em Moda e Linguagem, Flügel (1966) em a Psicologia das Roupas, entre outros.

#### **2.1. A REPRESENTAÇÃO DE ASPECTOS SOCIAIS E CULTURAIS ATRAVÉS DO VESTUÁRIO**

A ideia deste subcapítulo é deter-se aos aspectos sociais e culturais que podem ser representados através do vestuário ao longo da história das sociedades antigas a contemporâneas, a partir de Calanca (2004), Cidreira (2005), Miranda (2008), Chataigneir (2006) entre outros.

### **3 O PRETO**

O terceiro capítulo tem por objeto de estudo a cor preta e suas particularidades. Serão apresentados conceitos gerais a respeito desta cor e a sua representatividade em diferentes culturas sob diferentes perspectivas. Para este capítulo serão utilizados autores como Ambrose e Harris (2009) e Fraser e Banks (2012), para explanar sobre a cor de forma mais generalista.

### 3.1. O USO DA COR PRETA COMO EXPRESSÃO DE SIGNIFICADOS NO VESTUÁRIO AO LONGO DA HISTÓRIA DA INDUMENTÁRIA E DA MODA

No quarto capítulo, será feita uma linha do tempo, onde será demonstrado o uso da cor preta no vestuário, desde a antiguidade, onde serão expostas as diferentes conotações que a cor preta teve e têm, perante as sociedades ao longo do tempo. Tendo em foco principalmente os aspectos culturais e diferenciadores sociais gerando um paralelo com a moda contemporânea, referenciados através de autores como Boucher (2012), Harvey (2003), Eco (1982), Fogg (2013), Souza (1987).

## 4 MARCA DE MODA

No quinto capítulo será apresentada uma de moda, no qual, servirá posteriormente, no Trabalho de Conclusão II como referência para o desenvolvimento de uma coleção de moda sendo consultadas obras como Inventando Moda de Treptow (2012), o Ciclo da Moda de Feghali e Shmid (2008).

Para que se possa apresentar devidamente a marca, serão analisados aspectos peculiares à mesma, tais como o seu histórico, o público-alvo, e o seu Mix de Marketing.

## 9 CRONOGRAMA

Etapa/Mês	02	03	04	05	06
Escolha do tema da pesquisa	X				
Revisão bibliográfica	X	X			
Definição dos capítulos	X	X			
Justificativa, Objetivos, Problematização e Metodologia.	X	X			
Entrega do Anteprojeto		X			
Desenvolvimento Teórico: Introdução e Cap. 2		X	X		
Desenvolvimento Teórico: Cap. 3		X	X		
Desenvolvimento Teórico: Cap. 4			X	X	
Revisão Linguística, Formatação segundo normas ABNT				X	
Entrega do Trabalho de Conclusão I					X
Apresentação do Trabalho de Conclusão I					X

## 10 REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Cor**. Porto Alegre: Bookman, 2009. (Design Básico).

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

BOUCHER, François. **História da Moda no Ocidente**: das origens aos nossos dias. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

CALANCA, Daniela. **História Social da Moda**. 2. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

CASTILHO, Kátia (Org.). **Moda e Linguagem**. 2. ed. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.

CHATAIGNEIR, Gilda. **Fio a fio**: tecidos, moda e linguagem. São Paulo: Estação das Letras, 2006.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da Moda**: vestuário, comunicação e cultura. São Paulo: Annablumme, 2005.

ECO, Umberto et al. **Psicologia do Vestir**. 2. ed. Lisboa: Assírio e Alvim Cooperativa Editora e Livreira, 1982.

FEGHALI, Marta; SHMID, Erika (Org.). **O ciclo da moda**. Rio de Janeiro: Ed. Senac Rio, 2008.

FLÜGEL, J. C. **A psicologia das roupas**. São Paulo: Mestre Jou, 1966. Tradução de: Antônio Ennes Cardoso.

FOGG, Marnie. **Tudo sobre moda**. Rio de Janeiro: Sextante, 2013..

FRASER, Tom; BANKS, Adam. **O essencial da cor no design**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012

LURIE, Alison. **A linguagem das roupas**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

MESQUITA, Cristiane. **Moda Contemporânea**: quatro ou cinco conexões possíveis. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.

MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de Moda**: a relação pessoa-objeto. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas de pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <[www.feevale.br/editora](http://www.feevale.br/editora)>. Acesso em: 18 fev. 2017.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas:** a moda no século dezenove. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.