

## EVENTOS DE MODA: uma análise sobre os eventos brasileiros de moda

*FASHION EVENTS: an analysis of Brazilian fashion events*

Zanin, Susane; Mestranda; Universidade do Estado de Santa Catarina,  
susanezanin@gmail.com<sup>1</sup>

**Resumo:** O presente trabalho caracteriza-se pela síntese do trabalho de conclusão de curso de Especialização em Gestão, Organização e Planejamento de Eventos, que teve como foco a documentação dos principais eventos da área da moda no Brasil. Através de uma pesquisa bibliográfica foram identificados desfiles, feiras e congressos de moda, que contribuem significativamente para a difusão dos negócios de moda brasileiros.

**Palavras chave:** Desfile; Feira de moda; Congresso de moda.

**Abstract:** The present work is characterized by the synthesis of the Specialization course's conclusion work in Event Management, Organization and Planning, which focused on the documentation of the main events of the fashion area in Brazil. Through a bibliographical research were identified fashion show, markets and congresses, which significantly contributes to the diffusion of the Brazilian fashion business.

**Keywords:** Fashion show; Fashion market; Fashion congress.

### Introdução

Divulgar, vender, apresentar novidades, difundir conhecimento ou apenas receber pessoas com interesses comuns. Eventos podem ter os mais diversos objetivos, mas sempre se mostram uma boa ferramenta de interação e troca de ideias.

Os eventos são um exemplo de importante interação social e profissional. Social, já que alguns eventos promovem diversão e cultura. Profissional, pois além de favorecer o contato entre fornecedores e organizadores, um evento pode ter como foco as próprias trocas profissionais.

<sup>1</sup> Mestranda em Design de Vestuário e Moda pela UDESC. Especialista em Gestão, Organização e Planejamento de Eventos pela UNOPAR. Graduada em Designer de Moda pela UDESC.

O mercado de eventos no Brasil gera muitos empregos diretos e indiretos, movimentando a economia e local e nacional. Contudo, organizar um evento requer planejamento não apenas de data e local, mas também de muitas outras áreas como logística, financeira, legislativa, humanas e diversas outras.

Outro setor que movimenta consideravelmente o mercado brasileiro é a da moda. Gerando milhões de empregos desde a colheita ou fabricação da fibra até a peça final que chega ao cliente, a moda no Brasil não poderia deixar de desfrutar dos benefícios que os eventos podem proporcionar.

Durante as pesquisas pôde-se observar também que este é um tema pouco abordado, tanto por estudiosos de gestão de eventos quanto por estudiosos de design de moda. Assim, pode-se afirmar que o presente estudo tem importância tanto para a área de promoção de eventos quanto para o mercado de moda e a comunidade em geral, uma vez que ambas as áreas movimentam a economia do país. Diante de tais pontos, cabe a seguinte pergunta de pesquisa: como o setor de moda pode se beneficiar com a promoção de eventos?

Este trabalho, caracterizado pela síntese do trabalho de conclusão de curso de Especialização em Gestão, Organização e Planejamento de Eventos, objetivou o estudo dos atuais eventos de moda bem como a importância destes para os profissionais do setor e a comunidade em geral. Para isto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica em diferentes fontes. Foi possível perceber que juntos, os setores de eventos e de moda têm o poder de movimentar ainda mais a economia do país.

### **Eventos: origem e conceitos**

A interação social é um dos pontos mais notáveis do ser humano. Estudiosos como Wallon e Piaget (apud Silveira 2012, p.2) defendiam que 'o homem é geneticamente social'. Assim, estabelecer uma rede de contatos com outros seres humanos é essencial para a construção de novos conceitos (MELLO E TEIXEIRA, 2011, p.3).

Organizar um evento vai muito além da escolha de uma data e local para sua execução. Alberton (2011, p. 3) cita que após a definição dos objetivos, estruturar o planejamento do evento é o primeiro passo básico. Em seguida, é

necessário prever os custos materiais, financeiros e de apoio. Dispor de pessoas para assumir os cargos de trabalho e estabelecer o sistema de integração entre estas pessoas com os patrocinadores, fornecedores e afins é outro passo importante para o planejamento do evento.

Duarte (2009, p. 18-19) aponta as cinco questões dos eventos: porquê (as razões da realização do evento), quem (qual será o público-alvo), quando (em que momento do ano, do mês, do dia será realizado), onde (cidade e local) e o quê (natureza do evento e seu produto).

De acordo com Britto e Fontes (2002 apud Silva 2011 p. 3):

A realização de eventos proporciona aos profissionais além de socialização de informações, tecnologias, debate, lançamento de um novo produto, promove a interação de indivíduos, contribuindo para o fortalecimento de relações, sociais, industriais, culturais e comerciais, e também a geração de deslocamento e visitação.

O site Portal Eventos<sup>2</sup> mostra que no Brasil 'Eventos e Turismo representam mais de 15,6 milhões de empregos diretos, terceirizados e indiretos, sendo 7,5 milhões no segmento Eventos'. Ainda cita-se que no ano de 2013 foram contabilizados 590 mil eventos no país, fazendo com que o setor registrasse 13,5% do PIB brasileiro.

### Eventos de moda

Observa-se empiricamente que eventos de moda são uma forma muito procurada de lançar as novidades do setor, seja para outros profissionais ou para o consumidor final. Borges (2006, p. 102 apud Sirena 2008, p. 121) cita que 'o evento promove uma maior visibilidade por se tratar de 'um fenômeno comunicacional, já que 'fala' socialmente'.

Dentre os mais importantes acontecimentos do setor de moda no Brasil, pode-se apontar os desfiles, feiras e congressos.

Gruber e Rech (2011, p. 108) mencionam que:

O evento de moda, mais especificamente o desfile, tem como um de seus objetivos: tornar atrativo o resultado de uma produção em série, baseada na pesquisa, na criação e no desenvolvimento de produtos voltados a determinado público.

<sup>2</sup> Dados coletados em <http://www.revistaeventos.com.br/Forum-Eventos/Primeiro-dia-do-Forum-Eventos-2016-foca-em-novas-praticas-e-tendencias-tecnologicas-em-eventos/38700>, 2016.

O calendário anual de eventos de moda no Brasil também conta com grande número de feiras, muitas vezes separadas por setores de produtos. Em seu site oficial, o SEBRAE cita <sup>3</sup> mais de vinte principais feiras de moda.

Além das feiras, os congressos de moda têm crescido em número e importância no Brasil. A importância deste se dá na área acadêmica, buscando conhecimento e solução para questionamentos pertinentes.

### Desfiles de moda

Soares (2016) afirma que as semanas de desfiles de moda tiveram sua origem em Nova York durante a Segunda Guerra Mundial. De acordo com a autora, os estilistas nova-iorquinos costumavam viajar à França para buscar novidades e tendências. Com a guerra, isto se tornou impossível. Foi quando Eleanor Lambert criou o *Press Week*, um evento que reuniu estilistas, jornalistas e compradores de moda. Assim, segundo a autora, os estilistas americanos ‘ganharam visibilidade e reconhecimento na mídia local, já que editores das principais revistas estiveram presentes durante as apresentações das coleções’. Este evento evoluiu para a tão prestigiada New York Fashion Week.

Gruber e Rech (2011, p.109) apontam a importância dos desfiles de moda para o setor:

Dentre os eventos de moda, o desfile é aquele que expõe, numa articulação de variados elementos, os conceitos trabalhados pelo criador ou pela marca. É uma função entre tempo e espaço que permite a apresentação dos produtos de forma lúdica, na tentativa de criar no espectador um sentimento de forte identificação com aquilo que vê.

Dentre os principais desfiles do Brasil podemos citar os que acontecem na São Paulo Fashion Week e no Fashion Rio.

Segundo Pascal (2012) em 1993 Paulo Borges criou o Phytoervas Fashion, embrião do São Paulo Fashion Week, um evento que acontece duas vezes por ano com o intuito de lançar coleções de moda de grandes estilistas e marcas renomadas do país. Em 1996 já atraía cerca de 300 pessoas. Hinerasky (2006, p.9) cita que atualmente o público do evento gira em torno de 100 mil pessoas. A autora ainda cita que o evento está inserido no calendário de grandes desfiles mundiais, juntamente com Paris, Milão, Nova York e Tóquio (Figura 1).

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/feiras-e-eventos-do-setor-de-vestuario.2d83080a3e107410VqnVCM1000003b74010aRCRD>, 2016.



Figura 1: Desfile de inverno 2016 de Gloria Coelho no SPFW.



Fonte: <http://ffw.com.br/trends/winter-is-coming-casacos-quentes-para-o-inverno-16-que-acaba-de-comecar-oficialmente/>, 2016.

Pascal (2012) ainda aponta que os investimentos com o evento também cresceram, 'de 600 mil reais em 1993, para cerca de 6 a 7 milhões nas últimas edições'.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo Observatório de Turismo e Eventos <sup>4</sup>

Os principais impactos que o evento gera no trabalho dos estilistas são: promoção da marca, aumento do número de colaboradores, do volume de vendas e da produção – todos (100%) os pesquisados confirmam a influência do SPFW no seu trabalho.

Já o Fashion Rio surgiu no ano de 2002 e, de acordo com Sirena (2008, p.122), com o 'objetivo de divulgar e fortalecer a moda brasileira dentro e fora do país', além de inserir o Rio de Janeiro no calendário de moda do país. Surgido a partir do Semana Barra Shopping de Estilo, a autora ainda cita que o evento 'conta com desfiles das grifes mais representativas do estado, visando consolidá-lo como pólo lançador de tendências'.

### Feiras de moda

De acordo com Lindemann e Broega (2012, p.1) 'as feiras de moda internacionais são uma alternativa credível e a mais econômica para as

<sup>4</sup> Disponível em <http://micebusiness.com.br/na-semana-da-sao-paulo-fashion-week-setor-tambem-movimenta-segmentos-como-hotelaria-e-compras/>, 2016.

empresas poderem apresentar os seus produtos e angariar novos contactos visando futuros negócios'. Segundo as autoras (p. 6), a marca deve escolher a melhor feira a participar a partir da observação do público-alvo:

Em primeiro lugar deve ter-se em conta o mercado alvo que a marca quer alcançar, procurar a feira de melhor renome e mais visitada, na região dos países para os quais se pretende vender, que se encaixe, é claro, no perfil da marca.

As feiras se mostram interessantes não apenas para executivos de moda, mas também para os próprios criadores. Alencar e Monteiro (2009, p.6) apontam que 'além de conhecer a fabrica, o *designer* de moda deve visitar feiras, centros de moda de outros países para conhecer as tendências de cores e tecidos'.

Conforme já citado, o SEBRAE aponta vinte e três principais feiras de moda no Brasil, dentre elas podemos citar a COUROMODA, FEBRATEX, Première Vision e INSPIRAMAIS.

Fundada em 1973, a COUROMODA<sup>5</sup> é uma feira dedicada a calçados e acessórios, considerada a maior da América Latina. De acordo com o site oficial, o evento conta com 90 mil visitas profissionais e 35 mil visitantes.

Dentre as atividades que ocorrem durante o evento, o destaque fica para as vendas. Lojistas do Brasil inteiro visitam a feira para conhecer as novas coleções das marcas expostas (Figura 2). Além disso, paralelamente acontecem palestras e workshops.

A Feira Brasileira para a Indústria Têxtil<sup>6</sup> - FEBRATEX foi criada há mais de 20 anos e é considerada a maior feira para indústrias têxteis das Américas. De acordo com o site oficial da feira, a 14ª edição contou com a participação de 2.250 marcas e visitação de mais de 90 mil profissionais do setor.

Já a Première Vision<sup>7</sup> tem sua edição principal em Paris e é considerada a maior feira de lançamentos de moda do mundo. De acordo com a página oficial, além da capital francesa, acontecem edições do evento em Xangai, Istambul, Nova York e, desde 2009, em São Paulo. Durante o evento são lançadas as maiores novidades em fios, cores, tendências, design têxtil, dentre outros.

<sup>5</sup> Disponível em <http://www.couromoda.com>, 2016.

<sup>6</sup> Disponível em <http://www.febratex.com.br>, 2016

<sup>7</sup> Disponível em <http://www.premierevision.com>, 2016

A feira INSPIRAMAIS<sup>8</sup> lança a cada estação mais de 750 materiais para produtos de moda. Segundo o site oficial, o principal objetivo do evento é ‘inspirar toda a cadeia produtiva da moda brasileira e internacional, proporcionando a valorização dos produtos nacionais’. Estima-se que a cada edição a feira atraia 5 mil pessoas com os cerca de 100 expositores. Além disso, o evento conta com palestras e oficinas oferecidas pelo Núcleo de Design da Assintecal.

Figura 2: COUROMODA



Fonte: <http://feiramais.com/portifolio.html>, 2016.

### Congressos de moda

Segundo Moura (2013 p.27) a importância das pesquisas científicas se dá uma vez que estas nos levam a buscar informação através da construção de indagações. Segundo a autora, ‘é a busca com investigação movida pela curiosidade, pela necessidade da descoberta e pela possibilidade de invenção’.

Moura (2013 p.31) explica que para os eventos atenderem às normas de uma reunião científica, devem contar com:

Comitês organizadores e científicos compostos por doutores na área e em áreas correlatas, têm avaliação e seleção de artigos realizados no mínimo por um par de pareceristas, contam com conferencistas nacionais e internacionais, várias atividades no evento, tais como para apresentações orais, mesas redondas, palestras, entre outros, e apresentam regularidade ininterrupta.

Os congressos de moda podem ser considerados recentes no Brasil, já que o primeiro deles, o Colóquio de Moda, aconteceu no ano de 2005. De forma geral, estes eventos têm como público-alvo professores, pesquisadores e

<sup>8</sup> Disponível em <http://www.inspiramais.com.br>, 2016.



estudantes de graduação ou pós-graduações nas áreas de Moda e Design. Além do Colóquio de Moda, pode-se citar o ENPmoda.

De acordo com a ABEPEM, o Colóquio de Moda<sup>9</sup> surgiu quando se percebeu a necessidade de um:

[...] espaço acadêmico que privilegiasse a reflexão e o debate de temas de interesse do campo e a divulgação da produção acadêmica de Moda e suas interfaces em âmbito nacional e internacional.

O primeiro Colóquio de Moda aconteceu na cidade de Ribeirão Preto – SP e contou com a participação de 16 instituições de ensino, totalizando 77 trabalhos apresentados.

De acordo com o a página oficial do evento, no ano de 2015 houve a participação de 800 pessoas, vindas de 18 estados brasileiros. A edição, realizada na cidade de Curitiba – PR (Figura 3), ainda contou com a representação internacional de países como China, Espanha, Bélgica, Portugal e Angola.

Figura 3: Mesa redonda da edição de 2015 do Colóquio de Moda



Fonte: <<http://tecidotecauem.blogspot.com.br/2015/09/11-coloquio-de-moda-parte-3.html>> acesso em 08/08/16.

Paralelamente a esse congresso, acontecem outros dois eventos também organizados pela ABEPEM. São eles o Congresso Internacional de Iniciação Científica e o Fórum das Escolas de Moda.

Inicialmente conhecido como Encontro Centro-Oeste de Moda (ECOM) nos anos de 2009 e 2010, o Encontro Nacional de Pesquisas em Moda<sup>10</sup> - ENPmoda, também tem se mostrado significativo na área e teve sua primeira

<sup>9</sup> Disponível em <http://www.coloquiomoda.com.br>, 2016.

<sup>10</sup> Disponível em <http://www.abemoda.com.br/enpmoda2016/>, 2016.



edição em 2011, em Goiânia – GO. Com o passar dos anos, o evento se consolidou. Atualmente tem com objetivo gerar a discussão e compreensão da Moda como campo do saber, assim como suas articulações com outras áreas do conhecimento.

### **Resultados e discussões**

Através deste estudo e com base nas cinco questões principais de um evento (porquê, quem, quando, onde e o quê) citadas por Duarte (2009, p. 18-19), pode-se fazer um comparativo entre os eventos de moda citados.

Os desfiles de moda acontecem com o intuito de tornar possível que grandes designers e marcas lancem suas coleções. O público-alvo deste tipo de evento é bastante variado, contado com imprensa, consumidores, influenciadores e pessoas que trabalham em diferentes áreas do setor. Os desfiles de semanas de moda, como os citados, costumam acontecer duas vezes por ano e em grandes centros. Por fim, costumam apresentar os produtos de um designer ou marca de forma lúdica e atrativa.

Já as feiras de moda têm o objetivo de expor novidades do setor e promover contatos profissionais, tendo como público-alvo designers, donos de indústrias, varejistas e demais empresários. A periodicidade e local dependem de cada feira. Dentre as citadas, a Febratex acontece bianualmente na cidade de Blumenau – SC, a Couromoda acontece anualmente em São Paulo – SP, e tanto a INSPIRAMAIS quanto a Première Vision brasileira acontecem duas vezes ao ano também na capital de São Paulo. A natureza deste tipo de evento se dá na impulsão do setor de moda, através de exposições de produtos, inovações, tendências e coleções.

Por fim, os congressos de moda geram discussões do setor de moda através de publicações e apresentações de artigos, palestras, mesas-redondas, dentre outros. Professores, estudantes e demais pesquisadores de Moda e Design são o público-alvo. Ambos os congressos citados, o Colóquio de Moda e o ENPmoda, acontecem anualmente e em cidades diferentes a cada ano. Estes eventos procuram gerar um espaço de discussões acadêmicas das problemáticas encontradas no setor.

### Considerações Finais

O principal objetivo deste estudo foi a discussão dos principais eventos de moda no Brasil e a relevância dos mesmos para o mercado de moda.

Por meio de pesquisa bibliográfica, foi possível observar que a promoção de eventos tem etapas muito importantes que devem ser consideradas. Promover eventos requer planejamento e objetivos claros, e para o setor de moda não poderia ser diferente.

Através de um comparativo entre os eventos citados, nota-se que o ponto em comum dentre os mesmos é a comunicação, seja de tendências, novas tecnologias ou conhecimentos adquiridos. Por fim, pode-se afirmar que os eventos de moda citados contribuem para o crescimento do setor através de seus diferentes objetivos e graças à boa organização e consolidação que conquistaram.

### Referências

- ALBERTON, Marcia. **Manual de eventos**. Jaraguá do Sul, 2011, 62 p.
- ALENCAR, Francisco de; MONTEIRO, Cláudia Cirineo Ferreira. A INDÚSTRIA DE CONFECÇÃO DE CIANORTE (PR). **Design e planejamento: aspectos tecnológicos**, p. 143, 2009.
- BROEGA, A. C., LINDEMANN, Elisângela. **Feiras Internacionais de moda, a sua importância: como participar**. 2012, 10 p.
- DUARTE, João. **Organização e Gestão de Eventos**. Monografia de Licenciatura em Ciências da Comunicação. Universidade Fernando Pessoa. 2009, 113 p.
- GRUBER, Crislaine; RECH, Sandra Regina. **Intersecções entre moda e espetáculo: um estudo acerca do desfile de moda**. ModaPalavra e-periódico, v. 4, n. 7, 2011.
- HINERASKY, Daniela Aline. **Jornalismo de moda: questionamentos da cena brasileira**. Anais VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa do Intercom, 2006.
- DE MELLO, Elisângela de Fátima Fernandes; TEIXEIRA, Adriano Canabarro. **A interação social descrita por Vigotski e a sua possível ligação com a aprendizagem colaborativa através das tecnologias em rede**. In: Anais do Workshop de Informática na Escola. 2011. p. 1362-1365.

MOURA, Mônica. **Atualidades da Pesquisa em Design e Moda no Brasil**, *dObras*, v. 6, n 13: 2013, P. 24-35.

SILVA, Raquel Roberg da. **GESTÃO DE EVENTOS: ESTRATÉGIAS DE MERCADO TURÍSTICO EM TUBARÃO (SC)**. UNISUL – Florianópolis. 2014

SILVEIRA, Anelise Fernandes. **A moral e a importância das interações sociais para a sua construção**. 2012, 23 p.

SIRENA, Giuliana Celia. O Fashion Rio: a moda como fator de revitalização da cidade do Rio de Janeiro. **Contemporânea (Título não-corrente)**, v. 6, n. 1, p. 113-125, 2008.

ZANIN, Susane. **Eventos de moda: uma análise sobre os eventos brasileiros de moda mais importantes da atualidade**. 2016. 21 páginas. Artigo de conclusão de curso (Especialização em Gestão, Planejamento e Organização de Eventos) - Londrina, 2016.

#### Referências de endereços eletrônicos

D`ALMEIDA, Tarcisio. Sobre entidades e congressos de moda. 2011.

<https://bibliobelas.wordpress.com/2011/09/08/sobre-entidades-e-congressos-de-moda/> Acesso em 23/06/16

PASQUAL, Danusa Spricigo. A origem do SPFW. 2012

<http://sp.fashionweek.com.br/post/65-a-origem-do-spfw/> Acesso em 23/06/16

SOARES, Thais. Origem das semanas de moda. 2016.

<http://www.audaces.com.br/criacao/falando-de-criacao/2016/04/28/origem-das-semanas-de-moda> Acesso em 23/06/16

<http://www.abeoc.org.br/2016/07/eventos-e-turismo-cresceu-74-em-2016-apesar-da-queda-de-16-em-abril-aponta-fecomerciosp/?s=2015> acesso em 23/07/16.

<http://www.guiajeanswear.com.br/noticias/5922/evento.aspx> acesso em 23/07/16.

[http://www.modaagreste.com.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=221:premiere-brasil-encerra-5o-edicao-com-publico-recorde&catid=37:materias-moda-agreste&Itemid=232](http://www.modaagreste.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=221:premiere-brasil-encerra-5o-edicao-com-publico-recorde&catid=37:materias-moda-agreste&Itemid=232) acesso em 23/07/16.

<http://ffw.com.br/fashion-rio/verao-2015-rtw/> acesso em 23/07/16.