



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
CURSO DE DESIGN-MODA**

DANIELA REGINA COSME DA COSTA

**A CIDADE COMO TECIDO PARA A CULTURA: UMA ANÁLISE DA COLEÇÃO
PARANGABA DE DAVID LEE**

FORTALEZA

2025

DANIELA REGINA COSME DA COSTA

**A CIDADE COMO TECIDO PARA A CULTURA: UMA ANÁLISE DA COLEÇÃO
PARANGABA DE DAVID LEE**

Artigo apresentado como exigência para a conclusão da atividade curricular intitulada Trabalho de Conclusão de Curso - TCC - II ofertada pelo curso de Design - Moda, pertencente ao Instituto de Cultura e Arte (ICA) da Universidade Federal do Ceará.

Orientador: Prof^a. Dra. Francisca Raimunda Nogueira Mendes

FORTALEZA

2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Sistema de Bibliotecas

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

C871c Costa, Daniela Regina Cosme da.

A cidade como tecido para a cultura : uma análise da coleção Parangaba de David Lee / Daniela Regina Cosme da Costa. – 2025.

24 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2025.

Orientação: Profa. Dra. Francisca Raimunda Nogueira Mendes.

1. Moda. 2. Cidade. 3. Cultura. I. Título.

CDD 391

DANIELA REGINA COSME DA COSTA

A CIDADE COMO TECIDO PARA A CULTURA: UMA ANÁLISE DA COLEÇÃO
PARANGABA DE DAVID LEE

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Graduação em Design-Moda do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Design-Moda.

Aprovada em 14/07/2025.

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Dra. Francisca Raimunda Nogueira Mendes (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof^ª. Dra. Emanuelle Kelly Ribeiro da Silva
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof^ª. Dra. Iara Mesquita da Silva Braga
Universidade Federal do Piauí (UFPI)

A CIDADE COMO TECIDO PARA A CULTURA: UMA ANÁLISE DA COLEÇÃO PARANGABA DE DAVID LEE

THE CITY AS FABRIC FOR CULTURE: AN ANALYSIS OF DAVID LEE'S PARANGABA COLLECTION

Daniela Regina Cosme da Costa
Universidade Federal do Ceará

Orientadora: Profa. Dra. Francisca R. N. Mendes
Universidade Federal do Ceará

RESUMO

Este trabalho analisa a coleção Parangaba, do designer cearense David Lee, com o objetivo de compreender como a moda pode funcionar como meio de expressão cultural e representação simbólica da cidade de Fortaleza. A pesquisa parte da concepção de moda enquanto manifestação cultural (Cidreira, 2012) e articula as definições de cultura como modo de vida (Williams, 2000) e cidade enquanto espaço de comunicação (Barros, 2011) e lugar de construção de sentidos variados (Certeau, 2013). A metodologia envolve análise de imagens da coleção Parangaba por meio da iconologia, concebida pelo teórico das artes visuais Erwin Panofsky (1979). Conclui-se que Parangaba constrói um discurso visual sobre a cidade ao ressignificar elementos do cotidiano urbano, das periferias e das tradições locais. A coleção tensiona dicotomias como centro/periferia e moderno/tradicional, propondo uma moda que surge das memórias, experiências e contradições da cidade de Fortaleza.

Palavras-chave: moda; cidade; cultura.

ABSTRACT

This study analyzes the *Parangaba* collection by the Ceará-based designer David Lee, aiming to understand how fashion can function as a means of cultural expression and symbolic representation of the city of Fortaleza. The research is grounded in the concept of fashion as a cultural manifestation (Cidreira, 2012) and draws on definitions of culture as a way of life (Williams, 2000), and the city as both a space of communication (Barros, 2011) and a site for the construction of multiple meanings (Certeau, 2013). The methodology involves an image-based analysis of the *Parangaba* collection using iconology, as developed by visual arts theorist Erwin Panofsky (1979). The study concludes that *Parangaba* constructs a visual discourse about the city by resignifying elements of the urban everyday, the peripheries, and local traditions. The collection challenges dichotomies such as center/periphery and modern/traditional, proposing a fashion practice that emerges from the memories, experiences, and contradictions of the city of Fortaleza.

Keywords: fashion; city; culture.

1 INTRODUÇÃO

O vestuário, e por consequência a moda, é uma expressão simbólica da sociedade (Garcia e Miranda, 2010). Segundo as autoras, é a partir do vestir, e da aparência como um todo, que o sujeito adquire a habilidade de criar representações identitárias. A moda, portanto, para além de suas características mercadológicas e de funcionalidade, configura-se como uma forma de atribuir significado ao mundo e de interpretá-lo.

Conforme Silveira (2021), estudar um item do vestuário, algo inerente à humanidade, significa estudar hábitos, preferências, tradições, isto é, a cultura de um grupo social. Considera-se a cultura como aquilo que "engloba os modos comuns e aprendidos da vida, transmitidos pelos indivíduos e grupos, em sociedade." (Marconi e Pressoto, 2010, p. 21). Logo, entende-se que a cultura está presente em todos os tipos de sociedade, sejam elas simples ou complexas.

Na perspectiva de Geertz (1989, p. 4), "[...] o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu [...]". A cultura opera como um conjunto de símbolos criados e passíveis de interpretação pelos seres humanos. Sendo a moda uma expressão cultural, ela pode evidenciar técnicas artesanais, visualidades, eventos, temáticas de uma cultura. Neste trabalho, lançaremos o olhar para a coleção "Parangaba" do designer cearense David Lee.

A inspiração para a coleção foi a feira de rua do bairro Parangaba¹, integrante da Regional IV e localizada na região Sudoeste de Fortaleza. Aos domingos, a partir das 6h da manhã, a Feira dos Pássaros, como é popularmente conhecida, atrai pessoas à procura de toda sorte de mercadorias: roupas, alimentos, equipamentos eletrônicos, animais, utensílios domésticos, brinquedos etc.

A diversidade de produtos e a quantidade de feirantes oficialmente cadastrados na Prefeitura de Fortaleza (cerca de mil e quinhentos) tornam a Feira da Parangaba a maior da capital cearense². Foi este ambiente que inspirou David

¹ Parangaba, um dos bairros mais antigos de Fortaleza, tem origem no aldeamento indígena Porangaba, catequizado por jesuítas por volta de 1662. Em 1759, a aldeia foi transformada na Vila de Arronches, servindo como ponto de descanso para viajantes entre o sertão e a capital. No século XIX, com a construção da estação ferroviária (1873) e da linha de bonde (1894), o bairro se consolidou como importante polo comercial, destacando-se na venda de farinha, couro e especialmente gado. Essa última atividade possivelmente deu origem à atual feira. Após se tornar município com o nome de Parangaba, foi incorporado a Fortaleza em 1921.

² Dados retirados da dissertação "As feiras-livres em Fortaleza - Retrato da polissemia urbana" de Vicente de Paulo Lima Menezes, 2005. Disponível em: http://www.uece.br/wp-content/uploads/sites/60/2009/10/vicente_menezes_dissertacao.pdf
Acesso em: 12 mai 2025.

Lee a criar sua coleção de estreia na São Paulo Fashion Week, maior evento de moda do Brasil, em 2023. O cearense apresentou um desfile com 25 *looks* (Figura 1) articulando o design de moda com representações da capital do Ceará.

Figura 1: *Looks* da coleção Parangaba agrupados por famílias³



Fonte: Adaptado de AGÊNCIA FOTOSITE. FFW, 2023.

A partir de pesquisas bibliográfica e documental, com a análise de imagens de 3 *looks* do desfile, utilizando o método da iconologia, este trabalho investiga de que maneira a cultura cearense e a cidade de Fortaleza são incorporadas à coleção Parangaba, colocando a moda sob a perspectiva de manifestação cultural e simbólica de uma sociedade.

O conceito de cultura, essencial nos estudos da Antropologia, passou por transformações até chegar ao seu entendimento atual. As reflexões de Williams (2000) apontam para a cultura como modo de vida, isto é, um sistema de significações presente em todas as formas de atividade social, do comportamento cotidiano às atividades artísticas. A partir dessa perspectiva, Cidreira (2010), também amparada em Barnard (2003), enxerga o vestuário como fenômeno cultural,

³ Família em uma coleção de moda é o agrupamento de peças que compartilham semelhança estética, temática ou conceitual dentro da coleção. Conforme Treptow (2009, p. 85), a coleção é entendida como “reunião ou conjunto de peças de roupas e/ou acessórios que possuam alguma relação entre si”. Assim, cada família pode ser vista como um subconjunto desse conjunto maior.

pois considera a moda uma maneira de experimentar, reproduzir e comunicar cultura.

A Revolução Industrial na Europa trouxe mudanças para a sociedade. Dentre elas, o crescimento das cidades fez surgir estudos interessados nas novas dinâmicas do meio urbano. Destaca-se Simmel (1903) e a sua caracterização do “habitante da cidade grande”, indiferente e racional, em contraste com o indivíduo da cidade pequena, mais propenso às tradições e aos vínculos sociais.

Anos depois, em meio aos estudos sobre comunicação, sociedade e cultura de massa, surgem perspectivas da cidade como um lugar da comunicação humana. Barros (2011) aponta para a cidade como representação, mas também um conceito que gera representações de si. A este trabalho interessa encarar a cidade presente no imaginário dos indivíduos, sejam moradores de lá ou não, gerando representações na forma de desenhos, imagens, romances literários, ou mesmo uma coleção de moda.

Esta pesquisa tem como objetivo compreender como a cultura cearense, assim como a cidade de Fortaleza, são representadas na coleção Parangaba de David Lee. A proposta é observar a moda não apenas como um elemento estético, funcional ou de consumo, mas como uma manifestação que reflete as características, os valores e as narrativas de uma sociedade. Dessa forma, busca-se compreender como os traços culturais e identitários da capital Fortaleza são traduzidos para o universo proposto por David Lee na coleção.

Configurando-se como interdisciplinar, este artigo pretende abordar convergências entre aspectos de cultura, cidade e moda e perceber de que formas eles se tangenciam. Este trabalho, portanto, vem para ampliar as pesquisas que envolvem os temas citados.

Estamos tratando de uma coleção de moda produzida dentro de um espaço (e inspirada por ele) distante da Europa e mesmo de São Paulo ou Rio de Janeiro, centros que irradiam para o resto do mundo e do Brasil o que entende-se por moda e cultura. Faz-se necessário, então, estudos interessados em temas e localidades que proponham olhares diversos de hegemonias culturais há muito estabelecidas.

2 DA CIDADE COMO ESTRUTURA AO LUGAR COMO EXPERIÊNCIA CULTURAL: A CONSTRUÇÃO SIMBÓLICA DO MEIO URBANO

Iniciada na Inglaterra no século XVIII, a Revolução Industrial representou um

momento decisivo na transição das sociedades tradicionais para as sociedades industrializadas e urbanas. Conforme Hobsbawm (2015, p.60), “sob qualquer aspecto, [a revolução industrial] foi provavelmente o mais importante acontecimento na história do mundo, pelo menos desde a invenção da agricultura e das cidades”. Estimulado pelo desenvolvimento tecnológico, esse processo acabou por consolidar o sistema capitalista de produção, além de causar profundas mudanças na sociedade.

Entre as principais consequências, estão o êxodo rural, a expansão das cidades, a intensificação do trabalho assalariado, a divisão social do trabalho e a instalação de novas dinâmicas de produção e consumo. Surgiu o interesse de diversos teóricos em compreender os impactos da modernização sobre indivíduos, as relações sociais e os processos culturais. Assim, autores como Karl Marx (1848), Émile Durkheim (1893), Max Weber (1905) e Georg Simmel (1903) passaram a refletir sobre os efeitos da industrialização e da urbanização nas sociedades modernas, buscando entender os aspectos desse novo cenário.

A cidade tornou-se ponto de interesse para esses estudos, pois foi nela onde se concentrou grande parte das mudanças. No geral, a visão que se criou acerca do ambiente urbano era como o resultado da industrialização capitalista, em contraste com a vida no campo, conforme Monteiro Junior (2008, p. 19) explica:

[...] seria um espaço físico, político, administrativo e jurídico que se constituiria como tal na medida em que as suas relações sociais e produtivas se distanciassem daquelas ligadas ao campo e ao cultivo da terra. Nesse caso, a cidade só passaria a existir de fato como consequência das transformações ocorridas nas relações de produção e na vida social. Expressão de um modo de vida caracterizado pela desorganização social, a individualização e a secularização, em contraste com a homogeneidade, a solidariedade de grupo e com a conduta tradicional. (MONTEIRO JUNIOR, 2008, p. 19)

Soma-se a essa noção, o sujeito citadino de Simmel (2005). Tal indivíduo é caracterizado pelo desejo de preservar sua autonomia e singularidade diante das “superioridades da sociedade, da herança histórica exterior e da técnica da vida” (Simmel, 2005, p. 578). Essa leitura da cidade a posicionava tanto objetiva, em seu formato físico, quanto subjetivamente, em seus aspectos simbólicos, como fruto do processo industrial. Tal visão, portanto, ignora qualquer característica que fuja da noção dos sujeitos entregues às forças do ambiente urbano.

Monteiro Junior (2008, p. 21) classifica essa como uma perspectiva relevante,

embora a considere “uma visão determinista e imobilista da cidade, que seria contrária à sua dinamicidade cultural”. O autor aponta para a vida cotidiana como potencial para subverter essa lógica, em uma espécie de desorganização dos lugares e regras, independentes das “funções” estabelecidas antes:

Tal relação nega ou esquece que os homens a fazem no seu dia a dia e que eles apresentam idiossincrasias que se configuram em conflitos e mediações que extrapolam as conveniências teóricas. Antes de formular modelos de interpretação, as ações humanas tendem a evocar ou resistir aos moldes que os transformam em seres essencialmente puros e a cidade como essência de uma ordem econômico-social. (MONTEIRO JUNIOR, 2008, p. 20)

Assim, os indivíduos não são mais seres passivos que apenas vivem as ordenações postas. Em concordância, Michel de Certeau (2013) coloca as práticas cotidianas como instrumento para a construção dessa(s) outra(s) versão(ões) do espaço urbano em um processo que o autor chama de “*patchwork* do cotidiano”.

[...] o caminhante transforma em outra coisa cada significante espacial. E, se de um lado, ele torna efetivas algumas somente das possibilidades fixadas pela ordem construída (vai somente por aqui, mas não por lá), do outro aumenta o número dos possíveis (por exemplo, criando atalhos ou desvios) e o dos interditos (por exemplo, ele se proíbe de ir por caminhos considerados lícitos ou obrigatórios). Seleciona, portanto. (CERTEAU, 2013, p. 165)

A cidade é “costurada” como um trabalho de *patchwork*⁴ através da multiplicidade de leituras e ações dos sujeitos que passam por ela. Barreira (2010, p. 264) destaca a importância dessa perspectiva relacional da cidade:

Para além de um ideal de unidade, a cidade apresenta a conjunção de sociabilidades. O risco de essencialização ou substantivação do espaço urbano êxtase quando pensamos a metrópole de modo estático e uniforme, senso contrário à sua dimensão plástica moldada por práticas e interações [...]. (BARREIRA, 2010, p. 264)

As pessoas constroem vários sentidos da cidade. Por essa construção, passam subjetividades, produções criativas, afetos, memórias, indo além do imposto pelas estruturas físicas, sejam elas planejadas ou não (Monteiro Junior, 2009; Certeau, 2013). A Feira da Parangaba (Figura 2), inspiração para a coleção de

⁴ *Patchwork* é uma técnica de costura que consiste em unir diferentes pedaços de tecido para criar um novo design ou peça maior. Certeau (2013) utiliza essa metáfora para falar da variedade de sentidos que os indivíduos criam no relacionamento com a cidade.

David Lee, funciona não só como espaço para comércio de itens variados, mas abarca inúmeros significados, pois cada indivíduo envolvido de alguma forma com a Feira cria sua própria leitura desse lugar.

Figura 2: Feira da Parangaba



Fonte: BARROS, Fernanda. Jornal O Povo, 2024.

Em sua descrição da Feira da Parangaba, Menezes (2005, p. 53) destaca a convivência contrastante entre diferentes práticas e sujeitos que ocupam esse espaço:

A prostituição, a venda de drogas ilegais, armas de fogo, animais silvestres [...] convivem lado a lado com as tias do baião de dois e da panelada, o raizeiro já quase que excluído do universo feirante, que ainda arrisca colocar sua banquinha ali bem ao lado dos equipamentos eletrônicos [...]. (MENEZES, 2005, p. 53)

Configura-se, então, como um fenômeno urbano que incorpora tradição e modernidade, comunidade e individualidade, resistência e abandono, pertencimento e marginalização, dentre outros aspectos.

Diante disso, como explica Barros (2011), a cidade constitui-se como um espaço para a comunicação entre os indivíduos, que, por sua vez, formulam e trocam suas diferentes abordagens no processo comunicacional.

[...] a cidade é encarada como um sistema de trocas interacionais necessárias ao homem para que ele se mantenha em comunicação com os outros. A Cidade, enfim, emerge na sua característica mais saliente: lugar de trocas, seja no plano mercadológico ou, sobretudo, no plano cultural. (BARROS, 2011, p. 111).

Nesse processo de comunicação, entende-se que a cidade é representada através dos discursos. Por um lado, então, a cidade é representação, pois transparece as visões de quem a idealizou, quer ela tenha sido planejada ou tenha surgido de forma orgânica. Como Barros (2011, p. 112) observa “o tijolo que se acrescenta e a estrada que se força a aparecer por entre um grupo de árvores, nada disso é rigorosamente gratuito”. No planejamento urbano, tudo carrega significado.

Além disso, a cidade gera representações de si na imaginação dos indivíduos. Como afirma Certeau (2013, p.38), “o cotidiano se inventa com mil maneiras de caça não autorizada”. As representações geradas não reforçam o que foi posto pelas estruturas físicas, pelo Estado ou qualquer discurso oficial, mas sim, pela rotina de quem vive a cidade.

Em concordância com as ideias de Certeau (2013), o geógrafo humanista Yi-Fu Tuan (2012) fala do papel da experiência na construção da noção que as pessoas têm de um lugar. Em primeiro lugar, o autor propõe a diferenciação entre espaço e lugar: enquanto o espaço é abstrato, amplo e indefinido, o lugar é carregado de significado, memória e experiência. Tuan (2012, p.6) explica que “o que começa como espaço indiferenciado transforma-se em lugar, à medida que o conhecemos melhor e o dotamos de valor”.

Compreende-se, portanto, que o conhecimento que o indivíduo tem sobre um lugar dá-se através da experiência. Tuan (2012) define a experiência como aprendizado, isto é, agir em cima de uma informação e criar a partir dela. Somente com a experiência, um espaço torna-se lugar.

Se a cultura diz respeito ao sistema de expressões simbólicas pelas quais as pessoas interagem (Geertz, 1989), infere-se que a experiência é cultural. A “teia de significados”, da qual fala Geertz, direciona a experiência que aproxima a pessoa do espaço, transformando-o em lugar, este impregnado de significados e valores. Segundo Tuan (2012), um lugar pode se tornar altamente significativo para um adulto à medida que, com o passar do tempo, ele vai associando a esse espaço sentimentos e experiências vividas.

Posto isso, entende-se que a cultura é o que permite que o espaço seja compreendido como lugar, isto é, território experienciado e simbolicamente elaborado. Os autores aqui discutidos, como Certeau (2013), Tuan (2012) e Barros (2011), permitem pensar o meio urbano para além de sua estrutura material, destacando o papel dos sujeitos na construção de sentidos para o lugar.

Se pensamos em moda como uma linguagem não-verbal que comunica cultura (Barnard, 2003), de que maneira ela age na transformação de um espaço em um lugar, ativando elementos simbólicos de uma cidade? É possível que a moda possa fazer contribuições aos sentidos que se constroem de um lugar?

2.1 A moda enquanto cultura e linguagem da cidade

A noção de cultura como modo de vida (Williams, 2000), já mencionada ao longo deste trabalho, permite que a moda possa ser entendida como manifestação cultural. Por meio da moda e do vestuário, entre outros elementos, construímos nossa identidade como indivíduos inseridos na sociedade e na cultura (Cidreira, 2010, p. 240).

Conceituando a cidade como território de inúmeras trocas comunicacionais, é possível pensar como a moda revela valores, identidade, grupos presentes na cidade, e como a disposição da aparência pode influenciar nos sentidos produzidos acerca do lugar experienciado, vivido. Para La Rocca (2022, p. 261), a aparência é uma forma de expressividade social que revela o estilo e a pertença dos indivíduos, gerando uma diversidade visível no espaço urbano.

Determinados estilos, peças de roupa e maneiras de se vestir estão profundamente ligados ao modo de vida urbano. Na cidade, lugar marcado pelo encontro de grupos variados e pelo dinamismo das experiências vividas, o vestuário é comunicação: fala sobre quem somos e como nos relacionamos com o mundo ao nosso redor (Cidreira, 2010). Através da aparência, novas perspectivas podem ser criadas acerca de territórios. Como exemplo, pode ser citado o bairro Benfica, localizado na regional IV, próximo ao Centro de Fortaleza.

No século XIX, era caracterizado por ser um lugar tranquilo para os moradores, em sua maioria, integrantes da elite como comerciantes, políticos e profissionais liberais. Com a instalação da Universidade Federal do Ceará, em 1954, o Benfica transformou-se urbana e culturalmente, passando a ser ocupado tanto pelo espaço universitário quanto pelo comércio e pelo lazer.

A presença de estudantes, professores e funcionários deu ao bairro uma nova dinâmica, compartilhada nas manifestações artísticas e na boêmia, enquanto a especulação imobiliária avançava junto ao crescimento das unidades de ensino (Alves, 2017). Atualmente, o Benfica oferece lazer em bares, festas, restaurantes, mas é também ponto de encontro de comunidades artísticas, alternativas, partidos

políticos e de movimentos juvenis.

De acordo com Tavares et. al (2016), em pesquisa sobre gênero e moda⁵ no bairro Benfica, constatou-se que os frequentadores do lugar refletiam questões identitárias através da aparência. Observou-se que a roupa constituía uma expressão de ruptura com a expectativa social sobre o que deveriam usar, sendo homens ou mulheres. A descrição do caso do Benfica aponta para o que La Rocca (2022) denomina de “carnavalização da vida social”:

A estetização é um processo de relacionamento , de simbiose entre o corpo e os espaços, que gera e regenera atmosferas, mostrando que a cidade não é um sistema de planejamento urbano funcional, mas sim o reservatório da vida com suas zonas emocionais. (LA ROCCA, 2022, p. 268)

As reflexões desenvolvidas até aqui tratam da moda como instrumento para a construção de significados sobre a cidade, mas o contrário também é possível. A cidade pode vir a ser o ponto de partida para a criação na moda.

Albuquerque (2023), em dissertação sobre a comunicação de marcas de moda cearenses em redes sociais, propõe uma metodologia que classifica a maneira como a cidade de Fortaleza é abordada na forma que tais marcas se comunicam com seu público. A autora classifica em quatro categorias: cidade cenário, cidade habitada, cidade eventos e cidade estampada. No lócus da pesquisa, a cidade estampada reúne “estampas e modelagens que retratem traços da cidade, sejam arquitetônicos, sejam de belezas naturais, sejam de atributos imateriais que permeiem o imaginário de Fortaleza” (Albuquerque, 2023, p. 79).

Tomando emprestado a nomenclatura “cidade estampada”, pode-se pensar na moda como mediadora das experiências vividas no meio urbano. A representação da cidade pela moda acontece através do reconhecimento de uma tradição, paisagem, evento, cenário, estabelecendo, assim, uma conexão com a noção que o público tem desses fenômenos do espaço urbano. Nesse contexto, vestir-se é também um modo de habitar e interpretar a cidade.

3 ANÁLISE DA COLEÇÃO PARANGABA

Discutiu-se até aqui, as relações da cultura, cidade e como a moda enquanto manifestação cultural pode atuar na construção de sentidos e valores acerca do

⁵ Gênero, cidade e moda: uma análise do vestuário na Praça da Gentilândia em Fortaleza. Disponível em: <https://tinyurl.com/anaissam2016>. Acesso em: 15 jun 2025.

lugar urbano. Agora, propõe-se a análise da coleção Parangaba, assinada pelo designer David Lee, como forma de corroborar as temáticas estudadas.

Natural de Fortaleza, David Lee (Figura 3) lançou sua marca homônima em 2014, após passar um período de aprendizado com duas costureiras e cursar Desenho de Moda no Senac-CE. O designer tem apresentado coleções em eventos de moda como *DFB*, *SPFW* e Casa de Criadores. Sua marca autoral de maior destaque é a junção de técnicas artesanais, como o crochê, e a alfaiataria.

Figura 3: David Lee



Fonte: L'OFFICIEL. Site oficial, 2025.

Em 2019, entrou para a lista *Under 30* (Menores de 30 anos) da revista Forbes Brasil, como um jovem talento que vem se destacando na moda nacional. Além da Feira da Parangaba, David Lee já se inspirou em outras temáticas da cultura cearense, como a prática do *kitesurfe* (coleção Barlavento, 2024) e a Av. Pres. Castelo Branco (coleção Leste, Oeste, 2024), e assina os uniformes de equipamentos culturais cearenses, como a Pinacoteca e o Museu da Imagem e do Som. Em entrevista para o site da Revista Elle⁶, o designer afirmou: “Na roupa, materializamos nossa poesia, nossa imaginação, nossas questões. Somos uma marca para todos. Acreditamos na moda que acolhe discussões necessárias e experimenta no vestir um lugar de liberdade”.

Para a realização da análise, foram escolhidas três imagens da coleção⁷,

⁶ Disponível em: <https://elle.com.br/moda/david-lee-desponta-na-moda> Acesso em: 24 jun 2025.

⁷ Disponível em: <http://ffw.com.br/desfiles/moda/verao-24/david-lee/david-lee> Acesso em: 9 mai 2025.

investigadas aqui sob a perspectiva da metodologia de Erwin Panofsky (1979), a iconologia.

As fotos trazem a vista frontal dos modelos, posicionados ao centro, onde é possível enxergar tanto as peças de roupa como os acessórios que carregam. Foram escolhidas três imagens, por julgar-se essa uma quantidade suficiente para realizar o processo metodológico proposto e dar conta dos objetivos da pesquisa. O conjunto de três imagens configura-se como uma amostra do tipo intencional, que, segundo Campos e Saidel (2022), pretende captar elementos que forneçam informações e visões privilegiadas acerca da temática. Nesse sentido, as fotos foram escolhidas por trazerem uma visão geral da coleção e pela capacidade desse material entregar características visuais, simbólicas e culturais, aspectos relevantes para a pesquisa e para a metodologia delineada.

O percurso da análise metodológica da iconologia (Panofsky, 1979) acontece em três níveis. Primeiro, é feita a descrição pré-iconográfica, ou seja, a identificação da percepção natural dos objetos que compõem a imagem: nomeiam-se os elementos que compõem a figura (objetos, linhas, cores etc). Nessa fase, também chamada de descrição formal, não é necessário que o pesquisador tenha algum conhecimento específico.

Em seguida, realiza-se a interpretação do que foi catalogado na fase anterior, conectando características com assuntos e conceitos, em um nível denominado análise iconográfica. Por último, relaciona-se a interpretação ao contexto histórico no qual a imagem foi produzida, levando em consideração aspectos sociais e culturais, o que exige do pesquisador um entendimento da cultura e das circunstâncias que geraram a imagem em análise. O Quadro 1 resume os passos da iconologia:

Quadro 1: Aplicação da metodologia de análise de imagem idealizada por Panofsky.

1º NÍVEL	2º NÍVEL	3º NÍVEL
Percepção natural	Interpretação	Interpretação dentro do contexto social/cultural

Fonte: elaborado pela autora (2025)

Panofsky (1979) idealizou a iconologia para o estudo da arte em seus formatos tradicionais (pinturas, esculturas, arquitetura). Porém, a proposta do autor de interpretar conceitos e aspectos históricos e culturais permite que o método

possa ser usado em outros tipos de imagem, como fotografias de moda, registros audiovisuais etc. Este artigo, portanto, apropria-se desse procedimento para analisar a coleção Parangaba, mas limita-se ao estudo dos *looks* presentes nas fotos. Questões como iluminação, trilha sonora, cenografia, dentre outros componentes do desfile, não fazem parte do objeto de estudo deste trabalho.

As subseções a seguir trazem a análise de cada uma das três imagens selecionadas.

3.1 Crochê, cores e contrastes

A primeira imagem analisada é do *look* que abre o desfile da coleção Parangaba (Figura 4).

Figura 4: Primeiro look do desfile.



Fonte: AGÊNCIA FOTOSITE. *FFW*, 2023.

Percepção natural, de acordo com Panofsky (1979): o modelo veste um conjunto de três peças feitas em crochê, calça, camiseta e casaco largo com mangas longas. As peças são construídas em listras verticais e multicoloridas, nas cores turquesa, marrom, bege e verde. Dentre os acessórios, estão uma gola alta, separada da camiseta, e uma bolsa de mão. Ambos itens são produzidos em crochê nos mesmos tons que aparecem na roupa. O modelo calça sapato preto com detalhes coloridos, o único acessório que não é feito de crochê. Nota-se algo brilhoso por baixo da calça, mas na imagem referida não é possível identificar do que se trata.

Interpretação: a presença do crochê é o destaque desse primeiro look. O uso dessa técnica remete ao artesanato tradicional, evocando técnicas manuais comuns

no imaginário popular brasileiro, especialmente ligadas a saberes do Nordeste. Mendes (2013) corrobora:

No Ceará [o artesanato] é uma fonte de renda para muitas famílias e sinônimo de variedade de tipologias. Do bordado aos objetos feitos de barro, passando pelo couro, trançados de palha, madeira, labirinto, rendas e xilogravura, os saberes, fazeres, significados e vivências são transmitidos de geração a geração. (MENDES, 2013, p. 50)

Quanto às cores, duas são do tipo quente (creme e marrom) e duas tipo frio (verde e turquesa). Gomez (2008) explica que as cores quentes são identificadas pela predominância de tons de amarelo e vermelho, causando sensações de calor e excitação. Esses tons “[...] despertam o calor humano e favorecem a aglomeração, cooperação, transmitem carinho” (Gomez, 2008, p. 28). Já nas cores frias, prevalece o azul, provocando a sensação de frio, distância e impessoalidade.

O casaco tem modelagem *oversized*, ou seja, não está ajustado ao corpo. Esse é um formato de roupa típico do *streetwear*, estilo que surgiu no contexto da cultura jovem urbana, especialmente a partir das décadas de 1970 e 1980, em diálogo com movimentos de contracultura como o *hip hop* e o skate (Limberger, 2024). Marcado por silhuetas amplas, conforto e atitude, o *streetwear* se configura em posição contrária ao *status quo* da moda tradicional e institucionalizada. No Brasil, Guimarães (2006) reconhece que o *streetwear* é uma mescla de movimentos internacionais com elementos da cultura brasileira, como o funk e o samba.

Interpretação aliada ao contexto: ao inserir o crochê em uma coleção apresentada na SPFW, o maior evento de moda do país, David Lee aproxima a tipologia artesanal, uma expressão da cultura cearense, da moda de luxo ou de prestígio. Mendes (2013) aponta que o artesanato pode ser considerado um instrumento da leitura cultural de uma comunidade, já que ele materializa experiências do cotidiano.

O look feito totalmente de crochê, portanto, representa a presença de saberes ancestrais em um design atualizado, criando tensão nas noções de tradição e modernidade. O uso das cores frias e quentes parece seguir um caminho parecido, reforçando a dinâmica de forças contrárias em um mesmo ambiente. Sobre a Feira da Parangaba, inspiração para a coleção, Menezes (2005) descreve um lugar polifônico e polissêmico:

[...] o grito do vendedor, a dissonância musical vinda dos equipamentos eletrônicos ligados a toda altura, o sussurro daqueles que negociam um

preço melhor, se confundem com os cheiros das comidas que são ali mesmo preparadas e expostas à venda em sua tão famosa praça da alimentação. A Feira da Parangaba é um mundo dentro de outro mundo [...]. (MENEZES, 2005, p.54)

A complexidade da feira, com suas sobreposições sonoras, visuais e olfativas, está refletida na proposta estética da coleção, como a junção da tradição do artesanal com o design contemporâneo, o uso de uma paleta de cores diversas e a presença de aspectos do *streetwear* em uma peça produzida em crochê.

3.2 Camisa de time, sofisticação pop

A segunda imagem analisada refere-se ao vigésimo primeiro *look* da coleção, desfilado na passarela por Don L (Figura 5), *rapper* nascido em Brasília, mas criado em Fortaleza.

Figura 5: Vigésimo primeiro look do desfile.



Fonte: AGÊNCIA FOTOSITE. FFW, 2023.

Percepção natural: o modelo veste um conjunto formado por blazer e calça, ambos confeccionados em tecidos estampados com motivos gráficos e cores vibrantes, principalmente azul, vermelho e branco. As estampas são variadas, com destaque para estrelas vermelhas, xadrez em azul e vermelho, além da presença de brasões. O blazer é usado sem camisa por baixo, revelando o peitoral do modelo. De acessórios, ele usa óculos escuros estilo Juliet e, nos pés, calça sapatos escuros com solado azul, acompanhados de meias metálicas prateadas.

Interpretação: Os símbolos e tipografias impressos no look lembram grafismos de camisetas de torcidas, uniformes esportivos ou selos de competição, reforçando uma estética inspirada em códigos urbanos e populares. Há, inclusive, o

brasão de um time fictício, o *David Lee Society Club*, que aparece em outros itens da coleção Parangaba (figura 6).

Figura 6: Uniforme do time David Lee Society Club.



Fonte: DAVID LEE. Site oficial, 2024.

Sobre a camisa de time enquanto produto de moda, Natan (2022) explica:

[As camisas de times] estão diretamente ligadas à cultura periférica e suas mais variadas formas de expressão. Por essa razão, ainda existe resistência quanto ao uso das peças fora do contexto esportivo. Porém, algumas movimentações entre clubes e grifes de roupas têm tentado romper com essa resistência e abranger os mais variados nichos de mercado. (NATAN, 2022, p. 2).

Interpretação aliada ao contexto: a presença de elementos visuais inspirados na estética das camisas de time propõe uma reflexão sobre identidade e pertencimento. O uniforme esportivo, símbolo da cultura periférica brasileira como citado, é ressignificado ao surgir como blazer, mesclando códigos de formalidade e informalidade. Historicamente, as estéticas e produções culturais da periferia foram colocadas em posição de desvalor. Kilomba (2019) atesta que o centro, entendido aqui como o espaço de tomada de decisões, atua na desqualificação das produções das margens, sejam elas de natureza cultural, artística, educacional ou estética.

Paula (2011, p. 110) observa que, essa situação não se dá em função da localização geográfica das periferias urbanas, mas sim por conta de interesses voltados à lógica da produção orientada pelo capital, que direciona sua atenção aos indivíduos e produções da alta sociedade, dando-lhes visibilidade e relevância

social. No entanto, a partir do movimento da própria periferia para afirmar sua importância e valorizar suas expressões culturais, inicia-se um processo no qual ela reivindica a sua própria centralidade, como afirma Santos (2023):

Quando se supera a visão hegemônica do conceito e adentra-se em sua simbologia, percebe-se que da periferia tem nascido, ao longo dos anos, diversas manifestações culturais, que contribuem fortemente para a formação da cultura popular brasileira, movimentando a economia do país. (SANTOS, 2023, p. 30)

A coleção Parangaba, portanto, evidencia elementos dessas manifestações. David Lee parece brincar com as fronteiras entre as noções tradicionais de sofisticado e popular. Nesse sentido, o uso do uniforme de time e os óculos Juliet podem ser entendidos como a exaltação de símbolos periféricos enquanto manifestação de identidade cultural e social, provocando, assim, a construção de sentidos e valores acerca desse território.

3.3 Explorador urbano

A terceira e última imagem (figura 7) a ser analisada é do antepenúltimo *look* da coleção Parangaba.

Figura 7: Antepenúltimo look da coleção Parangaba



Fonte: AGÊNCIA FOTOSITE. *FFW*, 2023.

Percepção natural: o modelo veste casaco utilitário e calça na cor caqui, ambas peças possuem detalhes em cinza escuro na manga e roxo nos punhos. Tanto à calça como ao casaco, estão acopladas bolsas em cores e formatos variados. Os óculos Juliet aparecem novamente aqui. O modelo usa chapéu com longas faixas para amarração, e calçados pretos no modelo que apareceu anteriormente.

Interpretação: O excesso de bolsas, bolsos e o chapéu de proteção evocam o visual de exploradores e viajantes, um estilo parecido com Indiana Jones (Figura 8), um personagem do cinema que explora territórios desconhecidos na procura por tesouros perdidos.

Figura 8: O personagem do arqueólogo Indiana Jones.



Fonte: IMDB (2023)

O aspecto funcional também faz lembrar vendedores ambulantes, trabalhador que habita o espaço urbano de forma móvel e adaptável, vivendo a rotina nas ruas, sem grandes estruturas e proteção.

Interpretação aliada ao contexto: O look propõe o vestuário como ferramenta de sobrevivência, identidade e resistência, especialmente em contextos urbanos. Ao transformar esse imaginário em objeto de moda, David Lee parece operar uma ressignificação do precário em potência estética, tensionando os limites entre o utilitário e o design artístico.

Na coleção Parangaba, elementos como os óculos Juliet, as estampas gráficas com referências a camisetas de time, o crochê artesanal em listras multicoloridas, os calçados esportivos e a presença de bolsas utilitárias oferecem forte carga simbólica, remetendo a universos cotidianos, funcionais, periféricos. Ao serem transpostos para o contexto da São Paulo Fashion Week, passam por um processo de ressignificação.

A coleção, portanto, desconstrói dicotomias como tradicional/moderno, centro/periferia, propondo uma moda em que a identidade é atravessada pela rua, pela cultura e pela afirmação do cotidiano como espaço de invenção estética. É possível pensar na coleção como um discurso visual sobre Fortaleza. Conforme

Belmino e Braga (2020), as experiências dos indivíduos geram a percepção e os discursos que se tem acerca da cidade:

[...] as vivências dos sujeitos citadinos, na maioria dos casos, não serão idênticas ou similares, mesmo que tais sujeitos transitem pelos mesmos espaços, visto que os trajetos são atravessados pelas subjetividades de cada um. As inúmeras caminhadas possibilitadas pela cidade são responsáveis por gerar imaginação e invenção. (Belmino e Braga, 2020, p. 28)

“Parangaba” apresenta aspectos de Fortaleza, vista aqui, através de suas contradições, visual urbano e potência cultural. Ao lançar mão de elementos culturais como o crochê e as camisas de time, David Lee constrói um repertório visual que dialoga com a memória cultural e as experiências urbanas e populares do cotidiano de Fortaleza, construindo, assim, o seu próprio sentido da cidade.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho partiu do entendimento da cidade não apenas como um espaço físico e administrativo, mas como um lugar construído pelas representações e sentidos gerados pelos indivíduos a partir de suas experiências.

Por meio da metodologia da iconologia de Panofsky, foi possível ir além da aparência das peças, investigando os significados compartilhados e os sentidos propostos pela coleção. Observou-se que os elementos presentes nos *looks* analisados não são utilizados de forma gratuita ou decorativa, mas sim como estratégias de afirmação identitária e resignificação de imaginários da cidade.

O designer David Lee, ao propor uma estética que brinca com os limites entre o chique e o popular, entre o artesanal e o urbano, entre o funcional e o simbólico, promove um deslocamento no eixo tradicional da moda. Ele coloca a cultura cearense e urbana como territórios férteis de invenção, estilo e pertencimento, construindo, assim, novas perspectivas da cidade de Fortaleza.

As reflexões teóricas desenvolvidas neste artigo sobre cultura e cidade podem contribuir para pesquisas futuras que explorem outras manifestações da moda, ou de áreas criativas, especialmente aquelas que se apoiem na experiência cotidiana e na vida urbana como potência cultural e criativa.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Ticiania Pereira de. “É um pouquinho de Brasil iaiá”: representações da cidade de Fortaleza na comunicação de marcas de moda no

Instagram. 2023. 149 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) — Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2023. Disponível em: https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/73573/3/2023_dis_tpalbuquerque.pdf. Acesso em: 17 jun. 2025.

ALVES, Francineuma Gomes. **O ócio e lazer dos residentes do bairro Benfica / Fortaleza-Ceará**. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos) — Centro de Estudos Sociais Aplicados, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2017. Disponível em: <https://www.uece.br/mpgntwp/wp-content/uploads/sites/71/2012/02/francineumagomesalves.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2025.

BARREIRA, Irllys Alencar F. Pulsações no coração da cidade: cenários de intervenção em centros urbanos contemporâneos. **Caderno CRH**, Salvador, v. 23, n. 59, p. 255–266, maio/ago. 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ccrh/a/4WjJqFQXdjHd8zYLSHqFjTh/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 18 jun. 2025.

BARROS, J. D. "Cidade" e "Cultura" – considerações sobre uma relação complexa. **Revista de História Regional**, [S. l.], v. 16, n. 1, 2011. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/rhr/article/view/2399>. Acesso em: 29 maio 2025. DOI: <http://dx.doi.org/10.5212/Rev.Hist.Reg.v.16i1.100118>.

BELMINO, Sílvia Helena; BRAGA, Robson da Silva. Consumo urbano, experiências e imaginários sobre Fortaleza em músicas de compositores cearenses. In: BELMINO, Sílvia Helena; FREITAS, Ricardo Ferreira (org.). **Intercidades: consumos e imaginários urbanos**. Fortaleza: Imprensa Universitária, 2020. p. 12–29. Disponível em: https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/55258/1/2020_captiv_shbelmino.pdf. Acesso em: 20 jun. 2025.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer**. 16. ed. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 2013.

CIDREIRA, Renata Pitombo. A moda como expressão cultural e pessoal. **Revista IARA**, v. 3, n. 3, p. 1–18, 2010. Disponível em: http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/07_IARA_vol3_n3_Dossie.pdf. Acesso em: 29 maio 2025.

DE OLIVA, Bemfica. **Fortaleza das feiras: de manga a motosserra, feira da Parangaba mudou de lugar, mas persiste**. O Povo+, Fortaleza, 18 abr. 2024. Disponível em: <https://mais.opovo.com.br/reportagens-especiais/feiras-de-fortaleza/2024/04/18/fortaleza-das-feiras-de-manga-a-motosserra-feira-da-parangaba-mudou-de-lugar-mas-persiste.html>. Acesso em: 29 maio 2025.

LIMBERGER, Henrique Cunha. **O streetwear brasileiro como expressão de identidade cultural: uma análise sobre o coletivo Je M'Appelle Brasil na Paris Fashion Week**. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Moda) — Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2024. Disponível em:

<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/288533/001242916.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 20 jun. 2025.

GARCIA, Carol; MIRANDA, Ana Paula de. **Moda é comunicação: experiências, memórias, vínculos**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GÓMEZ, Luis Rodolfo. **Apropriação identitária da cor na cultura baiana**. 2008. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) — Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008. Disponível em: https://ppgav.ufba.br/sites/ppgav.ufba.br/files/microsoft_word_-_monografia_completa.pdf. Acesso em: 17 jun. 2025.

GUIMARÃES, Maria Eduarda Araujo. A rua e a moda: estilo de vida, identidade e consumo. In: **Colóquio de Moda**, 2006. Anais., 2006.

HOBBSAWM, E. J. A revolução industrial. In: HOBBSAWM, E. J. **A era das revoluções: 1789–1848**. São Paulo: Paz e Terra, 2015.

LA ROCCA, F. Moda e cidade: uma identificação de estilos nas zonas atmosféricas urbanas. **dObras[s] – Revista da Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda**, [S. l.], n. 36, p. 258–270, 2022. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1615>. Acesso em: 29 maio 2025. DOI: 10.26563/dobras.i36.1615.

MARCONI, Marina de Andrade; PRESOTTO, Zélia Maria Neves. **Antropologia: uma introdução**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1992. 285 p.

MARIOTTI, Augusto. **DAVID LEE**. FFW, 28 maio 2023. Disponível em: <https://ffw.com.br/desfiles/moda/verao-24/david-lee/david-lee-4/>. Acesso em: 29 mai. 2025.

MENDES, Francisca. Cultura na passarela: diálogos entre o artesanato e a moda no Ceará. **IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte**, São Paulo, v. 6, n. 1, 2013.

MENEZES, Vicente de Paulo Lima. **As feiras-livres em Fortaleza: retrato da polissemia urbana**. 2005. Dissertação (Mestrado em Sociologia) — Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2005. Disponível em: http://www.uece.br/wp-content/uploads/sites/60/2009/10/vicente_menezes_dissertacao.pdf. Acesso em: 12 maio 2025.

MONTEIRO JÚNIOR, Francisco Helio. **Fortaleza na ponta do anzol**. 2008. 130 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) — Universidade Federal do Ceará, Departamento de Ciências Sociais, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Fortaleza-CE, 2008.

NATAN, Ives. **Camisas de times e sua influência na cultura e moda**. Fortaleza: Centro Universitário 7 de Setembro, [2024]. Disponível em: https://www.academia.edu/104854557/CAMISAS_DE_TIMES_E_SUA_INFLU%C3%84NCIA_NA_CULTURA_E_MODALIDADE?source=swp_share. Acesso em: 17 jun. 2025.

SANTOS, Everton. **A periferia adora inventar moda**: contribuições do design de moda-vestuário na periferia soteropolitana. 2023. 137 f. Dissertação (Mestrado em Design) — Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/39166/1/A%20periferia%20adora%20inventar%20moda.pdf>. Acesso em: 29 jun. 2025.

PANOFSKY, Erwin. **Significado nas artes visuais**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1979.

PAULA, L.; PAULA, S. L. No centro da periferia, a periferia no centro. **Ipotesi**, Juiz de Fora, v. 15, n. 2, p. 107–121, jul./dez. 2011. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/39166/1/A%20periferia%20adora%20inventar%20moda.pdf>. Acesso em: 29 jun. 2025.

SILVEIRA, Laiana Pereira da; FETZER, Lilian. A importância da conservação e preservação de têxteis em instituições museológicas. **Revista Discente Ofícios de Clio**, Pelotas, v. 6, n. 10, p. 11, jan./jun. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/index.php/CLIO/article/view/20971/13572>. Acesso em: 29 jun. 2025.

SIMMEL, Georg. As grandes cidades e a vida do espírito. **Mana**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 577–591, 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/mana/a/WfkbJzPmYNdfNWxpyKpcwWj/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 14 maio 2025.

TAVARES, et al. Gênero, cidade e moda: uma análise do vestuário na Praça da Gentilândia em Fortaleza. 2016. Disponível em: https://samufc.weebly.com/uploads/8/1/6/6/81669200/anais_-_v_sam.pdf. Acesso em: 15 jun. 2025.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda: planejamento de coleção**. 4. ed. Brusque, SC: Ed. do Autor, 2009. 209 p.

TUAN, Yi-Fu. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência**. Tradução de Livia de Oliveira. São Paulo: Difel, 2012.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Tradução de Lólio Lourenço de Oliveira. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.