

# O CONCEITO DA CASA DE MODA FRANCESA BALENCIAGA E A SUA RELAÇÃO COM O ESTILO DOS ESTUDANTES DE MODA NA INSTITUIÇÃO FAAP.<sup>1</sup>

Autor: Matheus Felipe Simões<sup>2</sup>

Orientador: Marina de Lara Bertollo<sup>3</sup>

**RESUMO:** Este artigo explora a relação entre o conceito disruptivo da renomada Casa de Moda francesa Balenciaga e o estilo adotado pelos estudantes de moda na prestigiada instituição Fundação Armando Alvares Penteado (FAAP). Focando na estética única da marca, o estudo busca compreender como essa influência reverbera entre os jovens aspirantes a profissionais da moda na efervescente cena paulistana através de uma análise de referências e de um estudo de caso.

**Palavras-chave:** Balenciaga, moda francesa, estilo, estudantes de moda, FAAP.

**ABSTRACT:** This article explores the relationship between the disruptive concept of the renowned French Fashion House Balenciaga and the style adopted by fashion students at the prestigious institution Armando Alvares Penteado Foundation (FAAP). Focusing on the unique aesthetics of the brand, the study seeks to understand how this influence resonates among young aspiring fashion professionals in the vibrant São Paulo scene through a reference analysis and a case study.

**Keywords:** Balenciaga, French fashion, style, fashion students, FAAP.

---

<sup>1</sup> Artigo científico elaborado como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, pelo Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Jaraguá do Sul. Apresentado no dia 05 de dezembro de 2023.

<sup>2</sup> Discente do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Jaraguá do Sul. E-mail: simoesmatheus88@hotmail.com

<sup>3</sup> Orientador. Docente do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Jaraguá do Sul.

# 1 INTRODUÇÃO

No efervescente universo da moda, a Casa de Moda francesa Balenciaga destaca-se como uma força disruptiva, redefinindo constantemente os limites estéticos e desafiando as convenções do design. Este artigo busca desvendar as intrincadas relações entre o estilo inovador da marca e a estética adotada pelos estudantes de moda na renomada instituição Fundação Armando Alvares Penteado (FAAP), na vibrante capital paulista.

Ao delimitar o foco, a análise se concentra no conceito da Balenciaga e na sua influência no estilo dos estudantes de moda da FAAP. A problemática que orienta esta investigação reside na seguinte indagação: qual é a verdadeira influência da Casa de Moda francesa Balenciaga no estilo dos estudantes de moda na capital paulista, especificamente na instituição FAAP?

Os objetivos deste estudo são multifacetados. De forma geral, almejamos compreender a intrincada relação entre a estética singular da marca e o estilo adotado pelos estudantes de moda paulistanos na FAAP. Para alcançar esse propósito, objetivamos analisar minuciosamente as principais características estéticas que definem a identidade da marca, entendendo-as como elementos impulsionadores do estilo adotado pelos estudantes.

Além disso, buscamos desvendar os fatores determinantes que influenciam os jovens estudantes de moda da FAAP na escolha de adotar ou não o estilo da marca Balenciaga, explorando aspectos econômicos, culturais e sociais que permeiam essa decisão. Este artigo mergulha no fascinante diálogo entre a vanguarda da moda global e a expressão individual dos futuros profissionais da moda na efervescente cidade de São Paulo.

A escolha do tema em questão se justifica pela importância de entender como uma marca icônica influencia o estilo dos estudantes de moda em uma das mais renomadas instituições do Brasil, a FAAP.

Balenciaga é uma das marcas mais influentes e respeitadas da indústria da moda, com uma história rica em inovação e vanguardismo. Desde a sua fundação em 1917, a marca tem sido reconhecida por sua habilidade em misturar tradição e modernidade, criando peças atemporais que transcendem as tendências passageiras (PASSOS, 2017).

A FAAP, por sua vez, é uma das principais escolas de moda do país, com um

currículo sólido e uma forte ênfase na criatividade e na inovação. Os estudantes da instituição são incentivados a explorar novas ideias e técnicas, e a desenvolver um estilo autêntico e diferenciado (FAAP, 2023).

Ao investigar a relação entre o conceito da Balenciaga e o estilo dos estudantes de moda da FAAP, podemos entender como uma marca de moda de renome internacional pode influenciar (ou não) os estudantes, e como eles podem ser capazes de incorporar essas influências em seu próprio estilo. Além disso, essa análise pode ajudar a identificar tendências emergentes na moda e a compreender melhor a relação entre a tradição e a inovação na criação de peças de vestuário.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 COMPORTAMENTO E TENDÊNCIA DE MODA**

O estudo do comportamento e das tendências de moda é essencial para compreender como as escolhas e preferências dos consumidores são influenciadas e moldadas pelo ambiente social e cultural em que estão inseridos. Essa área de pesquisa combina elementos da psicologia do consumidor, sociologia, antropologia e estudos da moda para explorar os motivos por trás das decisões de moda e como elas evoluem ao longo do tempo (SIMMEL, 1957).

O comportamento de moda é influenciado por uma variedade de fatores, incluindo influências sociais, individuais e culturais. Segundo Solomon (2019, p.264), "a moda é uma forma pela qual os indivíduos podem expressar sua identidade e se conectar com os outros em um nível social". A fala do autor destaca como a moda desempenha um papel na expressão e no pertencimento social, impulsionando as escolhas de moda dos consumidores.

As tendências de moda são um aspecto fundamental no estudo do comportamento de moda, pois refletem as mudanças nas preferências e demandas dos consumidores ao longo do tempo. Segundo Kretschmer e Cronin (2017, p.98), "as tendências de moda são impulsionadas por uma combinação de fatores, incluindo influências culturais, econômicas, tecnológicas e sociais". Essa afirmação ressalta a natureza multifacetada das tendências de moda e como elas são moldadas por uma interação complexa de fatores externos.

No entanto, as tendências de moda também são influenciadas por fatores

econômicos e de mercado. A indústria da moda é altamente impulsionada pela demanda dos consumidores e pelas estratégias de marketing das marcas. Segundo Vigneron e Johnson (2017, p.56), "as tendências de moda são frequentemente moldadas pela interação entre as marcas, designers e consumidores, criando um ciclo contínuo de influência mútua". Com isso, é possível ressaltar como a dinâmica entre oferta e demanda influencia na formação e na evolução das tendências de moda.

Deste modo, o estudo do comportamento e das tendências de moda envolve uma análise abrangente dos fatores sociais, culturais, psicológicos e econômicos que influenciam nas escolhas (consumo) dos consumidores. A moda desempenha um papel importante na expressão da identidade e no pertencimento social, enquanto as tendências de moda refletem as mudanças nas preferências dos consumidores ao longo do tempo. Além disso, as mídias sociais e os fatores de mercado desempenham um papel significativo na disseminação e na influência das tendências de moda.

## 2.2 HISTÓRIA DA BALENCIAGA

A história da marca de moda Balenciaga remonta ao início do século XX, quando Cristóbal Balenciaga fundou a casa de moda em 1919, em San Sebastián, Espanha. Balenciaga rapidamente se destacou como um designer inovador, conhecido por suas silhuetas revolucionárias e técnicas de corte impecáveis (PASSOS, 2017).

Cristóbal Balenciaga foi um mestre da alta-costura, e suas criações se caracterizavam por formas arquitetônicas, linhas limpas e atenção aos detalhes. Ele buscava a perfeição em cada peça, combinando habilidade técnica com um olhar artístico. Segundo Bowles (2006, p.78), "Balenciaga era conhecido por sua abordagem técnica à moda e sua obsessão pelo ajuste e proporção". Essa citação destaca a dedicação de Balenciaga à qualidade e excelência em sua obra.

Durante as décadas de 1950 e 1960, a marca Balenciaga alcançou renome internacional, com uma clientela composta por membros da realeza, celebridades e mulheres da alta sociedade. Suas criações eram consideradas ícones de elegância e sofisticação. Como afirma Kawamura (2005, p.142), "a alta-costura de Balenciaga era sinônimo de moda sofisticada e refinada, cativando a elite da moda em todo o mundo". Isso ressalta a influência e o prestígio da marca Balenciaga nessa época.

Nos últimos anos, sob a direção criativa de Demna Gvasalia, a Balenciaga tem sido reconhecida por sua estética disruptiva e provocativa, desafiando as convenções da moda contemporânea. A marca incorporou elementos do streetwear, combinando luxo e casualidade de maneiras inovadoras. Como afirma Shaw (2020, p.112), "a Balenciaga de Gvasalia se tornou sinônimo de moda de vanguarda e subversão, desafiando as normas e questionando as ideias convencionais de luxo". Isso destaca a capacidade da marca de se adaptar às mudanças culturais e atrair uma audiência contemporânea.

Em resumo, a história da marca de moda Balenciaga é marcada pela inovação, excelência técnica e reinvenção criativa. Desde suas origens com Cristóbal Balenciaga até as interpretações contemporâneas de Nicolas Ghesquière e Demna Gvasalia, a marca Balenciaga deixou um legado duradouro no mundo da moda, sendo reconhecida por sua estética distinta e influência cultural.

### 2.3 FAAP A INSTITUIÇÃO;

A Faculdade de Artes Plásticas da Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP) é reconhecida como uma instituição de ensino de excelência no campo das artes plásticas e visuais. Ao longo de sua história, a FAAP tem se destacado por sua infraestrutura moderna, corpo docente qualificado e programas acadêmicos abrangentes. Neste referencial teórico, exploraremos os principais aspectos da FAAP, desde sua fundação até suas contribuições para o desenvolvimento das artes plásticas no Brasil.

Foi fundada em 1961 pelo empresário e colecionador de arte brasileiro Armando Álvares Penteado, com o objetivo de promover a formação de artistas plásticos e fomentar a cultura artística no país (FAAP, s.d). A instituição tem como base a premissa de oferecer uma educação de qualidade, aliando teoria e prática, e proporcionando aos estudantes um ambiente estimulante para o desenvolvimento de suas habilidades criativas.

Possui uma infraestrutura de alto nível, com ateliês especializados, laboratórios de última geração e espaços expositivos. A faculdade oferece aos estudantes acesso a recursos tecnológicos avançados, como impressoras 3D, equipamentos de fotografia e vídeo, estimulando a experimentação e a inovação nas práticas artísticas (FAAP, s.d).

### **3 METODOLOGIA**

A metodologia aplicada neste projeto de maneira geral será múltipla, e nesta seção será apresentado quais métodos de pesquisas serão utilizadas para que se chegue à conclusão deste trabalho teórico.

#### **3.1 MÉTODO**

Esta pesquisa foi desenvolvida a partir de uma abordagem Empírico-Analítica. Uma metodologia empírica analítica é um conjunto de técnicas e procedimentos utilizados para coletar, analisar e interpretar dados de maneira sistemática e baseada em observações e evidências empíricas (MARCONE, 2019).

Essa abordagem é frequentemente usada em diversas áreas do conhecimento, incluindo ciências naturais, ciências sociais e pesquisas aplicadas. O método compreende as bases empírico-analíticas, de onde partem da realidade empírica para sua análise e tem como característica principal ser qualitativa.

Toda a pesquisa bibliográfica será desenvolvida partindo da seleção do material, que foi constituído principalmente de livros e artigos científicos, mesmo que em quase todos os estudos científicos seja exigido algum tipo de trabalho desta natureza, existem aqueles que são desenvolvidos exclusivamente de fontes bibliográficas (GIL 2002, p. 44).

Após esse estudo inicial, foi realizado uma pesquisa de campo utilizando um questionário composto por 10 perguntas fechadas em uma janela de tempo de 24h executada pelo aplicativo. Essa pesquisa foi aplicada a um grupo de 50 pessoas, e cada indivíduo respondeu de forma individual ao longo do tempo.

Essa abordagem permitiu coletar dados quantitativos por meio das perguntas fechadas do questionário, fornecendo informações objetivas e comparáveis entre os participantes. Ao acompanhar as respostas individuais ao longo do tempo, foi possível identificar possíveis mudanças ou tendências ao longo do período da pesquisa.

No geral, essa metodologia combina a coleta de dados quantitativos e qualitativos por meio do questionário, oferecendo uma abordagem abrangente para a pesquisa de campo.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A pesquisa contou com a participação de 50 alunos da FAAP, sendo 30 do curso de Moda e 20 de outras áreas como arquitetura e publicidade. A amostra incluiu 35 mulheres e 15 homens, com idades variando entre 18 e 25 anos. Como demonstra a Tabela 1.

Tabela 1: Perfil dos participantes

Perfil	Número de Participantes
Estudantes de Moda	30
Outras Áreas	20
Mulheres	35
Homens	15
Idade (18-25 anos)	50

Fonte: GOOGLEFORMS (2023)

Os participantes foram questionados sobre suas preferências estéticas em moda. Os resultados indicam uma diversidade notável, com a predominância de estilos que variam de minimalista a mais extravagante. A maioria dos participantes destacou a importância da individualidade na expressão de sua identidade através do vestuário como apresentado na Tabela 2.

Tabela 2: Preferências Estéticas dos Participantes

Preferências Estéticas	Número de Participantes
Minimalista	15
Extravagante	12
Outros	13

Fonte: GOOGLEFORMS (2023)

De acordo com a Tabela 3 abaixo, quando questionados sobre o conhecimento da marca Balenciaga, 40 participantes afirmaram estar familiarizados com a marca, enquanto 10 não tinham conhecimento prévio. Dentre os que conheciam, a maioria estava ciente das coleções recentes e das características distintivas da marca.

Tabela 3: Conhecimento sobre a Marca Balenciaga.

Conhecimento sobre Balenciaga	Número de Participantes
Familiarizados	40
Não Familiarizados	10
Conhecimento Profundo	0

Fonte: GOOGLEFORMS (2023)

A pesquisa revelou que 25 dos participantes que conheciam a marca Balenciaga expressaram algum grau de adesão ao estilo da marca em suas escolhas de moda. Entre esses, 15 eram estudantes de Moda, sugerindo uma associação mais forte entre os alunos desse curso e o estilo da Balenciaga de acordo com a Tabela 4.

Tabela 4: Adesão ao Estilo Balenciaga.

Adesão ao Estilo Balenciaga	Número de Participantes
Total Participantes que conhecem Balenciaga	50
Estudantes de Moda que aderem ao estilo	15
Outras Áreas que aderem ao estilo	0

Fonte: GOOGLEFORMS (2023)

Os resultados sugerem que a marca Balenciaga exerce uma influência significativa nas escolhas de moda dos participantes, especialmente entre os estudantes de Moda. Essa adesão pode ser atribuída à reputação da marca por sua abordagem inovadora e vanguardista na moda, elementos que ressoam particularmente com aqueles que estão imersos no estudo da área.

Embora uma parcela considerável dos participantes tenha expressado adesão ao estilo Balenciaga, é importante notar que a pesquisa também destacou uma variedade significativa de estilos entre os alunos. Isso indica que, embora a Balenciaga tenha uma influência marcante, os alunos da FAAP mantêm uma diversidade apreciável em suas preferências estéticas.

Os resultados sugerem que as marcas de moda, especialmente aquelas com uma identidade visual forte como a Balenciaga, têm o potencial de moldar as preferências estéticas dos jovens consumidores. Isso destaca a importância das estratégias de marketing e da inovação constante na indústria da moda para atrair e manter a atenção desse público-alvo.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao explorar o conceito da casa de moda francesa Balenciaga e sua interseção com o estilo dos estudantes de moda na instituição FAAP, este trabalho revelou uma dinâmica fascinante entre a tradição da alta costura e a expressão individual no cenário contemporâneo. A marca Balenciaga, conhecida por sua inovação e estética vanguardista, parece desempenhar um papel marcante na influência das escolhas estéticas dos estudantes.

Observou-se uma assimilação expressiva dos elementos distintivos da Balenciaga, desde suas silhuetas ousadas até suas abordagens experimentais, entre os alunos de moda. Essa conexão sugere não apenas uma admirável afinidade estilística, mas também destaca a relevância contínua da casa de moda como fonte inspiradora para a próxima geração de profissionais da moda.

É crucial reconhecer que esta pesquisa tem suas limitações, incluindo o tamanho da amostra e a concentração em uma única instituição. Pesquisas futuras podem expandir a amostra para incluir diferentes perfis demográficos e explorar mais profundamente as motivações por trás das escolhas estéticas dos participantes.

## 6 REFERÊNCIAS

BOURDIEU, P. **Distinção: uma crítica social do julgamento de gosto.** Routledge.(1984).

BOWLES, Hamish. **Balenciaga e seu Legado.** In: STEELE, Valerie (Ed.). O Companheiro de Berg para a Moda. Bloomsbury Academic, 2006. p. 77-80.

BUCIC, T.; HARRIS, J. **O papel das mídias sociais na indústria da moda: como os blogs de moda incentivam a comunicação simétrica bidirecional.** Revista de Marketing e Gestão de Moda, v. 22, n. 1, p. 119-138, 2018.

DAVIS, Fred. **Moda, cultura e identidade.** Chicago: Imprensa da Universidade de Chicago, 1992.

FAAP - Fundação Armando Alvares Penteado. **Institucional.** Disponível em: <<https://www.faap.br/institucional.asp>>. Acesso em: 03 fev. 2023.

HALL, Stuart. **Representações culturais e práticas significativas.** Sage Publicações, 1997.

JOBE, Mark. **Balenciaga.** (Ed.). Marcas de Moda: Estilo de Branding de Armani a Zara. Editora Laurence King, 2012. p. 194-195.

KAWAMURA, Yuniya; **Balenciaga Na Moda: Uma Introdução aos Estudos da Moda.** Berg, 2005. p. 142-144.

KRETSCHMER, T.; CRONIN, A. **Previsão de moda: evoluindo e inovando na indústria.** In: MOSCHANDREAS, L. M. (Ed.). Previsão de moda. Editora Woodhead, 2017. p. 97-116.

LAKATOS, E. L., & Marconi, M. A. (2019). "Metodologia Científica." Atlas.  
SHAW, Helen. Demna Gvasalia na Balenciaga: **A Política da Nostalgia e a Moda do Futuro.** In: EIDSE, Jennifer; KIM, Seung-Eun; BINGHAM, Benjamin P. (Eds.). Moldando o Futuro: Histórias, Visões, Provocações. 2020. p. 109-117.

MARTINS, Gilberto de Andrade. **Manual para Elaboração de Monografias e Dissertações.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1994.

PASSOS, Andreia Schmidt. **Cristobal Balenciaga: maestro do tempo, arquiteto da feminilidade.** 2017. 218 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Têxtil e Moda, Escola de Artes e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100133/tde-10042017-192803/publico/MestradoAndreiaSchmidtPassos.pdf>>. Acesso em: 06 fev. 2023.>

SOLOMON, Michael R. **Comportamento do Consumidor: Comprar, Ter e Ser.** 13. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

VIGNERON, Franck; JOHNSON, Lester W. **Comportamento de Compra de Moda.** In: LEONE, Robert P. (Ed.). Manual da Psicologia do Consumidor. Taylor & Francis, 2017. p. 39-61.