MODA FESTA CONTEMPORÂNEA E GERAÇÃO Z:
O impressionismo como linguagem estética na construção do espetáculo.
PARTY OUTFITS AND Z GENERATION:
Impressionism as an aesthetic language in the spectacle construction.

Rayane Mayara Moreira Gonçalves[1], UMFG, rayanemayara2366@gmail.com
Aletheia Alves da Silva[2], UMFG, aletheia.silva@umfg.edu.br

Resumo: Este trabalho investiga como a moda festa contemporânea, pensada para a Geração Z, se estrutura a partir de valores estéticos que dialogam com a cultura do espetáculo, das redes sociais e da hipervisibilidade. Este comportamento intensifica a conexão entre arte e moda, ampliando caminhos na aplicação de estilos artísticos pictóricos, como o impressionismo, na criação de moda em novos contextos de acepção das imagens, como a cultura digital. Eventos como o *Met Gala* e o *Le Bal des Débutantes* configuram-se como palcos onde a roupa assume protagonismo narrativo e simbólico. Ao incorporar a lógica do espetáculo (Debord, 1997), pretende-se conectar a moda festa atual com princípios estéticos do Impressionismo — como luz, fluidez e captura do instante —, bem como a análise dos contextos históricos demarcados por revoluções industriais distintas, a segunda (Sécs. XIX-XX) e a quarta (Séc. XXI). A pesquisa, de caráter qualitativo e quantitativo, encontra-se em desenvolvimento, com foco na análise do público-alvo e no levantamento de dados sobre comportamento de consumo. Etapas de criação de estampas, volumetrias e projetos gráficos serão realizadas na sequência. Os dados preliminares indicam que a Geração Z busca experiências sensoriais, autenticidade e alto impacto visual, que ressignificam a moda festa como performance estética.

Palavras-chave: Moda festa; Geração Z; Impressionismo; Sociedade do espetáculo.

Abstract: This study investigates how contemporary party outfits, designed for Generation Z, are structured based on aesthetic values that interact with the culture of spectacle, social media, and hypervisibility. This behavior intensifies the connection between art and fashion, expanding the paths for the application of pictorial artistic styles, such as impressionism in the creation of fashion in new contexts of image acceptance, such as digital culture. Events such as the *Met Gala* and *Le Bal des Débutantes* are stages where clothing takes on a narrative and symbolic role. By incorporating the logic of spectacle (Debord, 1997), the aim is to connect current party fashion with aesthetic principles of Impressionism — such as light, fluidity, and capturing the moment — as well as analyzing the historical contexts marked by distinct industrial revolutions, the second (19th-20th centuries) and the fourth (21st century). Qualitative and quantitative research is currently under development, focusing on analyzing the target audience and collecting data on consumer behavior. The stages of creating prints, volumes and graphic projects will be carried out next. Preliminary data indicate that Generation Z seeks sensory experiences, authenticity and high visual impact, which redefine party outfits as an aesthetic performance.

Keywords: Party outfit; Generation Z; Impressionism; Society of the spectacle.

1 INTRODUÇÃO

A moda festa contemporânea, especialmente quando pensada para a Geração Z, reflete uma necessidade de pertencimento estético e social atravessada pela cultura da imagem e pelo espetáculo midiático. Eventos como o *Met Gala* e o *Le Bal des Débutantes* atualizam antigos rituais de sociabilidade, tornando-os palcos performáticos onde a roupa funciona como mídia e narrativa visual.

Essa lógica encontra eco histórico no surgimento do movimento impressionista, no século XIX, em um contexto de Revolução Industrial, urbanização e transformação dos modos de vida. Assim,

[1] Acadêmica do 4° Ano do curso de Bacharelado em Moda, Faculdade UMFG (Cianorte/PR).
[2] Professora nos cursos de Bacharelado em Moda e Agronomia, Faculdade UMFG (Cianorte/PR).

artistas como Renoir (1876), em *'Baile no Moulin de la Galette'* (Figura 1) buscavam captar a efemeridade dos encontros urbanos e a poética da luz sobre os corpos e os espaços, hoje outras camadas de visualidades se manifestam na moda festa que capturam esse instante para os *flashes*, para o *feed* e para a circulação digital.

Conforme Lampert (2007, p.193), "a moda pode ser vista como um objeto problematizador de tudo e de todos em uma sociedade permeada pelo espetáculo". A autora recorre à formação de pensamento de Guy Debord (1997) sobre a sociedade do espetáculo[3] problematizando que esta mesma ultrapassa o processo de espetacularização, visto que a moda produz imagens que assumem condições expressivas de serem analisadas e pensadas em consonância com a arte.

Neste sentido, quando a espetacularização é associada às interpretações de comportamento da Geração Z, onde, as nuances que sobrepõem este fenômeno são marcadas não pela espetacularização dos meios de comunicação e entretenimento, mas por este refletir uma sociedade totalmente instagramável, que adora experienciar espaços recriados a partir de referências das telas, reconfigurando o real (Ferrari e Alvarez, 2020), as noções do que é artístico e *fashion* ficam costuradas em prol de experiências instantâneas e seus registros.

Se no passado a pintura impressionista traduzia a experiência sensível da modernidade, hoje a moda performa essa experiência sob a lógica do espetáculo, onde o efêmero se torna permanente na construção de imagens para as redes. A pesquisa parte, portanto, do questionamento sobre como os princípios do Impressionismo — luz, movimento e captura do instante — podem ser ressignificados no design de uma coleção de moda festa pensada para a Geração Z.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa caracteriza-se como qualitativa e exploratória, com abordagem metodológica que integra pesquisa bibliográfica, análise iconográfica e prática projetual. A fundamentação teórica parte dos estudos sobre a relação entre arte e moda (Groom, 2012; Paiva, 2014), estética do Impressionismo (Ducuron, 2020; Monteiro Twardowski, 2017) e cultura visual contemporânea (Debord, 1997). O desenvolvimento prático concentrou-se no levantamento de dados sobre o comportamento e as preferências estéticas da Geração Z no contexto da moda festa. Foi utilizado como instrumento um questionário *online* com perguntas aplicadas a indivíduos entre 18 e 28 anos, majoritariamente usuários ativos de redes sociais e frequentadores de eventos formais, como bailes, formaturas e festas temáticas. A metodologia incluiu a análise de referências estéticas oriundas dos movimentos artísticos, especialmente o Impressionismo, e eventos midiáticos contemporâneos como o *Met Gala*. Foram considerados os dados da pesquisa com consumidoras da Geração Z, que revelaram interesse por uma moda com caráter artístico e performático.

A IA foi empregada como apoio na sistematização de ideias, na elaboração de sínteses conceituais e na sugestão de estruturas textuais, sem substituir a análise crítica, criativa e autoral manifestada na pesquisa[4].

3 RESULTADOS: APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO

Os resultados preliminares mostram que a Geração Z valoriza uma moda festa que transcende

[3] "O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens." (DEBORD, 1997, p. 14).

[4] O uso da inteligência artificial, especificamente do ChatGPT, deu-se como instrumento de apoio à pesquisa acadêmica, onde, todo o conteúdo foi avaliado, validado e, quando necessário, reformulado pelas autoras, garantindo a integridade, originalidade e responsabilidade ética do trabalho, conforme recomendações vigentes para uso de ferramentas digitais no contexto acadêmico. OPENAI. **ChatGPT**. Disponível em: https://chat.openai.com/. Acesso em: 20 jun. 2025.

a função do vestir, operando como dispositivo de construção de imagem e narrativa visual. Os dados coletados revelam forte interesse em peças com estética autoral, que gerem impacto fotográfico e relevância nas mídias digitais. Essa geração valoriza a singularidade, a experimentação de materiais, volumetrias expressivas e superfícies que interagem com luz e movimento. Os dados podem respaldar decisões criativas para o design de moda alinhados com a arte impressionista e seus princípios — captura do instante, fluidez e valorização da luz (Figura 1) — e os elementos desejados na moda festa contemporânea, embora deslocados da contemplação sensível do século XIX para a performance do espetáculo digital.

Figura 1 - Baile no Moulin de la Galette (1876). Pierre-Auguste Renoir.

Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/O_baile_no_moulin_de_la_Galette.

Acredita-se que através da valorização de pinceladas aparentes, sobreposição de camadas e atmosferas cromáticas, gera-se uma estética de forte apelo visual no ambiente digital e físico. As volumetrias criadas intensificam o efeito de captura do instante, interagindo com a luz e o movimento durante os eventos. Como exemplo de inspiração, a coleção apresentada por Kriemler em 2009 para a grife *Akries* traz uma sequência de vestidos que traduzem visualmente cenas dos jardins de Giverny e das Séries Ninfeias, com estampas que exploram o movimento e a vibração cromática característicos das pinturas de Monet (Figura 2).

Figura 22 – Coleção Akris (2009), de Albert Kriemler, inspirados nas obras *The Artist's Garden at Giverny* (c.1900) e N*ympheas* (c.1926) de Claude Monet.

Fonte: https://martabogucinska.wordpress.com/2015/05/08/celine-ss2015-ad-campaign/.

Os bailes contemporâneos fortalecem o fenômeno espetacular: o *Met Gala*, com seus temas que provocam intersecções entre arte, cultura pop e moda; e o *Le Bal*, que atualiza os rituais

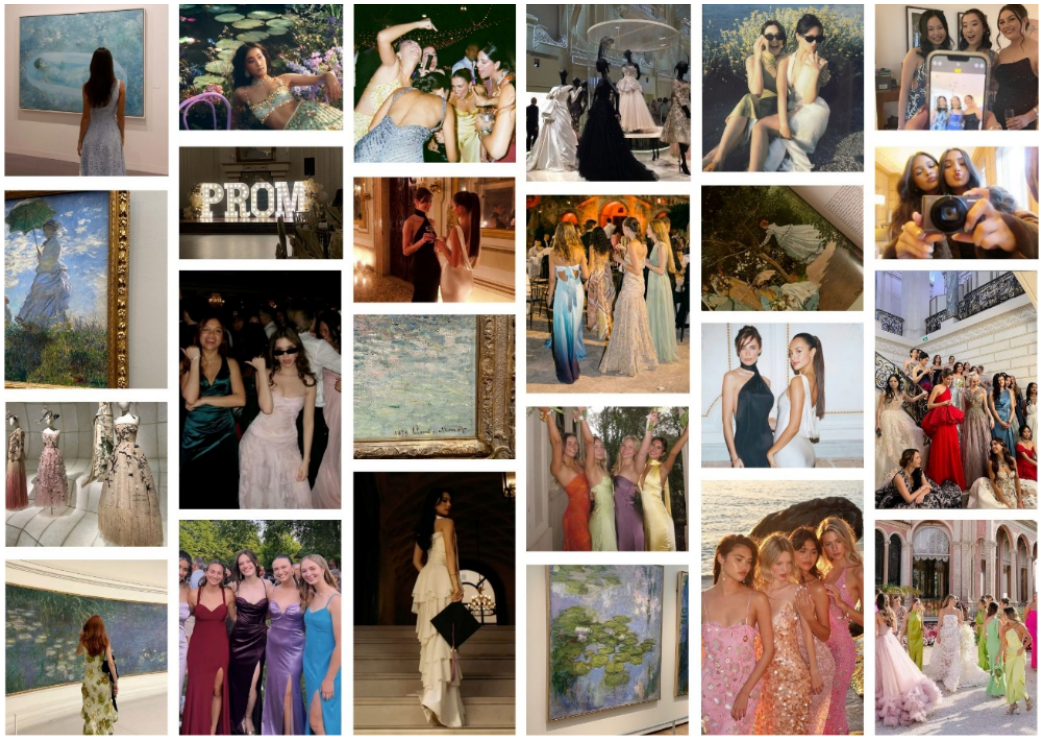
aristocráticos sob a lógica da mídia e das redes. Nesses contextos, os vestidos são enunciados visuais de pertencimento, status e diferenciação estética (Figura 3).

Figura 3 – Lara Cosima, debutante do *Le Bal des* debutantes, 2023 (esquerda) e Zendaya, no *Met Gala*, 2024.

Fontes: https://www.tatler.com/article/countess-lara-cosima-is-striking-in-silver-at-la-bal-des-debutantes-in-paris e https://capricho.abril.com.br/moda/zendaya-surpreende-com-segundo-look-vintage-no-met-gala-2024; respectivamente.

O cruzamento entre os preceitos do Impressionismo e as demandas contemporâneas evidencia aproximações e contrastes: se por um lado o impressionismo buscava capturar o instante, a efemeridade e a sensibilidade da luz, hoje este instante é também o *frame* congelado para ser compartilhado online, imerso na lógica do espetáculo visual. Contudo, há um distanciamento na medida em que a moda contemporânea não busca mais apenas representar o mundo, mas também construir narrativas para consumo imediato da imagem. Tais interpretações culminam na elaboração do painel semântico (Figura 4) que representa o público-alvo no qual esta pesquisa de design irá se basear para a elaboração da coleção.

Figura 4 – Prancha iconográfica do público-alvo.



Fonte: Elaboração própria, 2025[5].

[5] Pesquisa de imagens na plataforma Pinterest, a partir das palavras-chave: moda festa, geração Z, prom, Monet, formatura.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados parciais apontam que a moda festa para a Geração Z pode ser pensada no contexto espetacular da cultura digital, onde cada evento é uma oportunidade de performar identidades e construir narrativas visuais. A aproximação com os valores do Impressionismo oferece uma possibilidade poética de traduzir visualmente conceitos como luz, movimento e efemeridade, adaptando-os à lógica do contemporâneo.

Nesse contexto, a moda festa contemporânea ganha relevância por oferecer ao consumidor peças que transcendem a funcionalidade e assumem o papel de manifestação sensível, enquanto manifestação artística. A lógica do comportamento contemplativo ativo, característica da geração Z, faz com que o vestuário seja compreendido como extensão da própria narrativa visual do indivíduo, funcionando como dispositivo de expressão e de performatividade social, tanto em ambientes físicos, quanto digitais.

A pesquisa segue em desenvolvimento, com as próximas etapas voltadas à criação de superfícies têxteis, desenvolvimento de volumetrias inovadoras e construção dos projetos gráficos da coleção. Espera-se que, ao final, o trabalho contribua para o entendimento de como arte, moda e espetáculo se entrelaçam na construção da moda festa contemporânea.

REFERÊNCIAS

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DUCURON, Julio. **Technique and practice of impressionism:** techniques and methods in color theory. 1. ed. Río Cuarto, Argentina: Author-Editor, 2020

TEIXEIRA, Pollyana Ferrari; ALVARES, Luiz Felipe Napole de Haro. Como o tempo fluido da geração Z aniquila as camadas históricas em troca da experiência instantânea. **Pós-Limiar | Título não-corrente**, *[S. l.]*, v. 3, p. 1–09, 2020. DOI: 10.24220/2595-9557v3e2020a4739. Disponível em: https://periodicos.puc-campinas.edu.br/pos-limiar/article/view/4739. Acesso em: 20 jun. 2025.

GROOM, Gloria (org.). **Impressionism, fashion, and modernity.** Chicago: The Art Institute of Chicago; New York: The Metropolitan Museum of Art; Paris: Musée d'Orsay; New Haven: Yale University Press, 2012.

LAMPERT, Jociele. **A imagem da moda muito além da sociedade do espetáculo:** cultura visual e a formação docente em Artes Visuais. **DAPesquisa**, Florianópolis, v. 2, n. 4, p. 187–196, 2019. DOI: 10.5965/1808312902042007187.Disponível em: https://www.revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/16562. Acesso em: 20 jun. 2025.

TWARDOWSKI, Gabriela Monteiro. **O Impressionismo europeu nas artes visuais.** Trabalho final da disciplina História da Arte/Tópicos Especiais em História e Artes Visuais. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2017. 6 p. Disponível em: https://www.academia.edu/82522653/O_Impressionismo_europeu. Acesso em: 25 mar.

2025. PAIVA, Rafaela Evangelista de. **O processo criativo de John Galliano no desfile "Baile de Artistas" para a Maison Dior.** 2014. Monografia (Especialização em Moda, Cultura de Moda e Arte) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2014. Disponível em: https://www2.ufjf.br/posmoda/wp-content/uploads/sites/349/2014/11/Monografia_Rafaela.pdf. Acesso em: 9 abr. 2025.