

## **ANÁLISE DE CRESCIMENTO DO DRAGÃO FASHION BRASIL NO ESTADO DO CEARÁ**

*Growth analysis of the Dragão Fashion Brasil at the state of Ceará*

Ferreira, Thais Cavalcanti de Albuquerque; Universidade Federal do Ceará,  
thaiscavalcanti@outlook.com<sup>1</sup>

Mendonça, Marianna Calixto; Universidade Federal do Ceará,  
marianna\_calixto@hotmail.com<sup>2</sup>

PET- Design- Moda UFC<sup>3</sup>

### **Resumo**

A moda cearense, que um dia foi inspirada em Paris, hoje é destaque por sua moda autoral e pelo uso do artesanato local. O Dragão Fashion Brasil contribui para a construção desse cenário promovendo a divulgação e a valorização da cultura regional. A cada ano, esse evento tem maior crescimento e reconhecimento entre cearenses e brasileiros.

Palavras Chave: Dragão Fashion Brasil, Moda, Ceará, Crescimento.

### **Abstract**

*The fashion at Ceará, that one day was inspired by Paris, is known nowadays for its authorial fashion and for using local handcrafts. The Dragão Fashion Brasil contributes to build this scenario, promoting the dissemination and appreciation of the local culture. Every year, the event has bigger growth and appreciation of people at Ceará and Brazil.*

*Keywords: Dragão Fashion Brasil, Fashion, Ceará, Growth.*

### **Introdução**

Nos anos 80, o mercado de moda em Fortaleza começou a ganhar destaque internacional e o Ceará encontrava-se na posição de 3º maior polo de confecções do país.

<sup>1</sup>Graduanda do quinto semestre do curso de Design - Moda da Universidade Federal do Ceará; Bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET) há 13 meses.

<sup>2</sup>Graduanda no quinto semestre do curso de Design - Moda da Universidade Federal do Ceará; Bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET) há 13 meses.

<sup>3</sup>Programa de Educação Tutorial do curso de Design - Moda da Universidade Federal do Ceará, ativo desde o ano de 2011.

Entretanto, nos anos 90 o setor nacional de indústrias de vestuário enfrentou dificuldades, e isso refletiu-se também no setor local. Percebeu-se que o mercado necessitava de uma mão de obra qualificada em moda, assim, para contornar a situação, foram inseridos projetos de modernização no setor industrial, que voltou a tomar fôlego.

Em 1999, no auge da reinserção do Ceará como polo de moda, surge o Dragão Fashion. A proposta do evento não se restringia apenas a desfiles, mas também a workshops e palestras que se integravam com o mesmo. O Dragão traz, desde sua primeira edição, o que hoje chama-se Concurso dos Novos, onde estudantes de moda têm a oportunidade de desfilarem suas coleções.

Atualmente o Dragão Fashion é o maior evento de moda autoral do Brasil e o 3º maior de moda, trazendo estilistas locais e internacionais para desfilarem suas criações. A visibilidade do evento desde sua criação até sua última edição aumentou consideravelmente, e hoje atrai um público de 30.000 pessoas.

## **Problemática**

O Dragão Fashion Brasil, evento que surgiu há 15 anos, apresentou, em suas edições, um crescimento e visibilidade significativos. A cada ano vê-se mais frequentadores, mais mídia e a consolidação deste como importante evento de moda nacional. Com o presente trabalho, pretende-se responder às seguintes questões:

- Constatar como se deu o crescimento do evento com o passar das edições.
- Descobrir qual o entendimento dos frequentadores do Dragão acerca de sua relevância cultural.

## **Objetivos**

- Esclarecer como se deu o crescimento do evento Dragão Fashion Brasil ao longo de suas edições;
- Apontar os fatores que levaram o DFB a ser o 3º maior evento de moda autoral do país;

## **Metodologia**

A fim de realizar uma análise do crescimento do Dragão Fashion Brasil desde o ano de 1999 até o ano de 2013, foi realizada a pesquisa documental, que, de acordo com Severino (1941, p 122), pode consistir em fotos, jornais, filmes, gravações, etc, que “ainda não tiveram nenhum tratamento analítico”. Foi coletado material teórico durante três visitas à Equipe de Produção (agência responsável pela organização do evento), além de dados fornecidos por meio de jornais e revistas eletrônicas para que se pudesse avaliar a evolução anual do Dragão.

Foi realizado também, um questionário no “Google Docs” com o objetivo de saber quais as opiniões das pessoas frequentadoras do evento sobre o mesmo.

## **Crescimento do Dragão Fashion Brasil no Ceará**

Após ter enfrentado um período muito difícil no setor industrial de confecção no final dos anos 80, percebeu-se que além da tecnologia e da pesquisa, era necessária também uma qualificação na área de moda. Com esta necessidade, começaram a surgir no país, cursos de graduação em moda. Deu-se início então a um processo de modernização da indústria, com pactos de cooperação industrial.

Depois de algum tempo esquecido pela mídia, o Ceará ganha novamente visibilidade. Dessa vez, em função dos trabalhos dos estilistas, que faziam então uso da matéria-prima disponível na região. “O Brasil buscava raízes, mas fugia do estereótipo regionalista e queria ganhar um caráter cosmopolita” (Nadaff, 2001, p. 29).

Com esta mesma proposta, foi criado o Dragão Fashion Brasil, em 1999, idealizado por Cláudio Silveira e Josenias Junior, na cidade de Fortaleza. O Dragão Fashion Brasil se caracteriza como um fashion show, por possuir a capacidade de fazer declarações autoritárias sobre moda, com o objetivo de “vender mercandise” (Winters; Goodman, 1984, p. 301).

De acordo com Winters e Goodman (1984), o planejamento é o processo mais importante para a realização de um fashion show, e é atendido pelo criador e coordenador do evento, Cláudio Silveira, motivo pelo qual o Dragão Fashion evolui a cada edição, e traz consigo inovações e oportunidades para novas personalidades na indústria da moda.

O evento trouxe além de desfiles, a ideia de “pensar em moda”, trazendo profissionais da área para compartilhar seus conhecimentos com workshops, palestras e outras atividades. Bem como o concurso de Novos Talentos, onde novos estilistas mostravam suas criações com o foco na cultura regional e tinham oportunidade de ascender no mercado nacional.

De acordo com dados coletados com a Equipe de Produção, produtora do evento, segue quadro de análise:

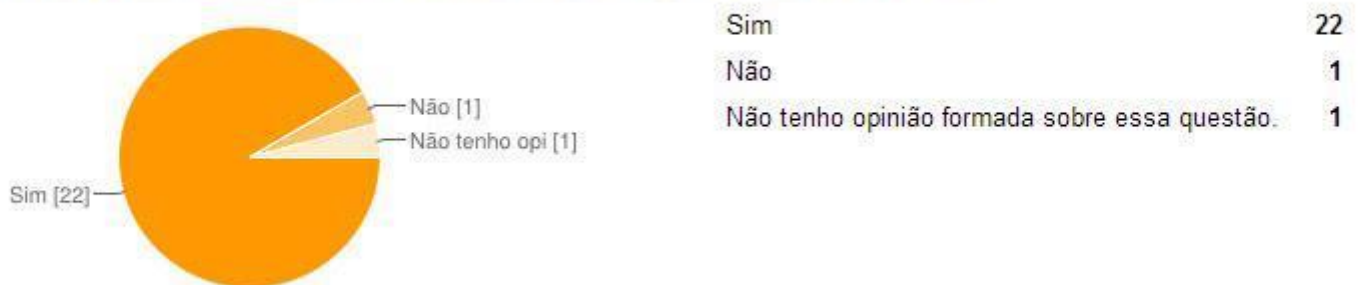
ANO	DURAÇÃO	DESFILES	NOVOS TALENTOS	PÚBLICO
1999	03 dias	11 desfiles	11 estilistas	7500 pessoas
2005	04 dias	11 desfiles	06 estilistas	24000 pessoas
2013	06 dias	30 desfiles	07 universidades	30000 pessoas

## Resultados

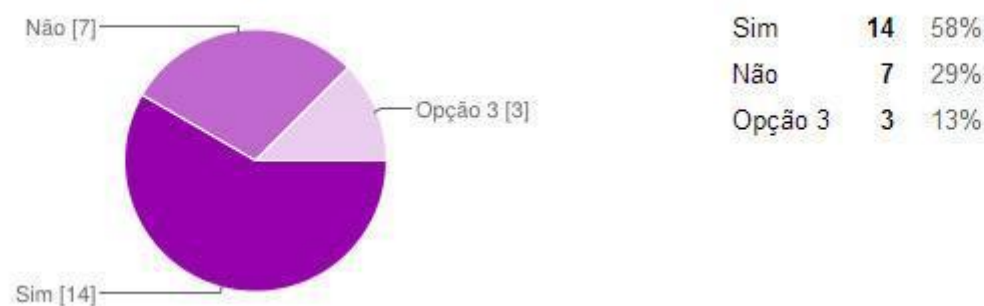
O Dragão Fashion Brasil iniciou-se com um público de apenas 7.500 pessoas e obteve 30000 em sua última edição, o que mostra que a sua realização se torna cada vez mais valorizada e apreciada pelo público cearense e brasileiro.

A opinião das pessoas frequentadoras do Dragão Fashion sobre a relevância do evento para a cultura cearense foi registrada por meio de perguntas realizadas através do “Google Docs”. Alguns dos resultados foram:

### Você acredita na relevância socio-econômica da indústria da moda no Ceará?



### Você acredita que o Dragão Fashion contribui para a divulgação e valorização da cultura cearense?



O questionário foi realizado com 24 pessoas que frequentam ou já frequentaram o Dragão Fashion Brasil. Por meio dele, notou-se que a relevância cultural do evento é perceptível e absorvida por aqueles que o conhecem.

## **Conclusão**

Por meio das pesquisas elaboradas na Equipe de Produção, através dos arquivos de jornais, revistas e sites de divulgação, além do questionário realizado pelo “Google Docs”, observou-se que o Dragão Fashion Brasil proporciona maior valorização dos conhecimentos acadêmicos na área de moda, além dos trabalhos realizados pelos estilistas, estudantes e artesãos locais.

Desde sua criação, em 1999, tomou uma ampla proporção, divulgando a moda autoral cearense, bem como a cultura regional, e dando espaço para que novos estilistas fossem expostos para o mercado.

O crescimento gradativo e sólido do Dragão deu-se pelo constante investimento em projetos de aprendizagem, como o “Dragão pensando moda” e a crescente valorização da cultura regional, como através da criação da “KZA do Dragão”, por exemplo, tornando-se modelo de evento de moda autoral no Brasil.

## **Bibliografia**

Arthur A. WINTERS, Arthur A.; GOODMAN, Stanley. Fashion advertising & promotion. Nova York: Fairchild Publications, 1984. 308p.

NADAFF, Ana. Moda Cearense: uma colcha de retalhos. In: CUNHA, Kathia Casatillo; GARCIA, Carol. Moda Brasil: fragmentos de um vestir tropical. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2001. p. 29 – XX.

SEVERINO, Antonio Joaquim. *Metodologia do trabalho científico*. 23ª edição. São Paulo: Editora Cortez, 2007. 122 p.