



16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

## O interesse de Curitiba, uma Cidade do Design da UNESCO, com a moda que produz

Chisté, Nádia Perine Catarino; Mestranda; Universidade Federal do Paraná,  
nadia.pcatarino@gmail.com<sup>1</sup>

Kistmann, Virginia Borges; Doutora; Universidade Federal do Paraná, vkistmann@ufpr.br<sup>2</sup>

### RESUMO

Este estudo se insere no contexto da gestão de design associada ao branding de cidades, possuindo como foco a moda produzida na cidade de Curitiba e fazendo parte de uma pesquisa sobre a importância da gestão de design para o *place branding*, integrada ao planejamento estratégico urbano. Desde 2014 Curitiba integra o grupo de Cidades do Design da Rede de Cidades Criativas da UNESCO, que possuem como objetivo utilizar o design como meio de desenvolvimento econômico e social, assim como oferecer serviços de design à sua população. A principal função da rede é o compartilhamento de práticas e experiências entre as cidades que a compõe sobre o tema da qual fazem parte, outros temas existentes na rede são: gastronomia, artes populares e artesanato, música, cinema, literatura e artes digitais. No Brasil, há outras duas cidades pertencentes ao grupo do design, Brasília e Fortaleza. Em relação ao setor da moda, as cidades do design se comprometem a realizar eventos que promovam o setor têxtil da cidade, entre eles a semana de moda, e oferecer serviços e facilidades que fomentem a indústria de moda local. Reafirmando o potencial do design como meio de transformação de uma cidade, existe uma tendência global em incluir no quadro de gestores públicos do município a função de diretor de design da cidade, como já ocorre em cidades como Helsinque e Los Angeles, e assim, utilizar o design como ferramenta estratégica, alinhada ao planejamento estratégico urbano, com o objetivo de potencializar o branding da cidade e assim atrair recursos tangíveis e intangíveis para a cidade. Embora Curitiba faça parte do grupo das

---

<sup>1</sup> Nádia Perine Catarino Chisté é arquiteta e urbanista (PUCPR), trabalha com *retail design* e gerenciamento de projetos, é mestranda no programa de pós-graduação em Design da UFPR, com foco de pesquisa em gestão de design, *place branding*, cidades criativas e *smart cities*.

<sup>2</sup> Virginia Souza de Carvalho Borges Kistmann é designer (ESDI-RJ), professora doutora e pesquisadora sênior do programa de pós-graduação em Design da UFPR, é líder do Grupo de Gestão de Design do CNPQ junto à UFPR e possui como linhas de pesquisa gestão de design, *place branding*, *smart cities*, moda e produtos cerâmicos.





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Cidades do Design da Rede de Cidades Criativas da UNESCO, não existe no quadro administrativo um setor dedicado ao design e também um profissional com autoridade municipal para aplicar a gestão de design transversalmente entre os demais setores da administração pública. Com base nesse cenário, este estudo expõe o problema de como Curitiba, embora considerada uma Cidade do Design, ainda está atrás de outras cidades em termos de desenvolvimento em design, especialmente no setor da moda. A partir de então, derivou-se a pergunta de pesquisa: quais são as ações e programas existentes em Curitiba voltados para o desenvolvimento do setor da moda? A partir dessa pergunta, originou-se o objetivo geral do trabalho: mapear as ações e programas, voltados para o setor da moda, oferecidos pela prefeitura para a sociedade. Para tanto, definiu-se os objetivos específicos: levantar as informações existentes nos sites oficiais do município referentes à essas ações e programas e consultar, por meio de e-mails, profissionais que trabalham na área do design no âmbito municipal. Sendo assim, inicialmente, realizou-se uma pesquisa bibliográfica assistemática para verificação dos conceitos e uma pesquisa de campo por meios online, devido à situação de pandemia do COVID-19. Foi identificada uma escassez de ações e programas, ofertados à sociedade e promovidos pela prefeitura, voltados para o desenvolvimento do setor da moda da cidade. Considerando ainda que Curitiba é uma Cidade do Design da UNESCO essa situação é mais alarmante. Por meio do mapeamento realizado é possível fundamentar com mais assertividade cobranças aos setores públicos, exigir mais engajamento, assim como, monitorar a situação. Sendo assim, essas são as implicações práticas deste trabalho, que se caracteriza pela originalidade de abordar a gestão de design aplicada ao território como uma tendência global, sendo associada ao planejamento estratégico urbano, branding de cidades e economia criativa. Entre os autores que embasaram este estudo, se destacam: Costa, Klöpsch e Mozota (2011); Kotler, Jatusripitak e Maesincee (1997); e Landry (2008).

**Palavras-chave:** gestão de design; branding de cidades; moda.

