



MODA E PERFORMANCE: ANÁLISE DO DESFILE “BABA BEACH CLUB”

Fashion and performance: analysis of the “baba beach club” show

Oliveira, Clara Lima de; B.^{ela}; Universidade de Fortaleza, claraoliveirac20@gmail.com¹
Freire, Renata Santiago; Ma.; Universidade de Fortaleza, renatasantiago@unifor.br²

Resumo: O trabalho trata da análise do desfile “Baba Beach Club”, apresentado em 2024 no festival Dragão Fashion Brasil. O desfile contemplou o estilo de vida influenciado pela praia de Fortaleza, e performances de música e dança ao vivo de artistas cearenses. O trabalho possui abordagem qualitativa, com método exploratório e descritivo. Os resultados mostram como a performance artística realizada no desfile reforça a narrativa da coleção e, mais ainda, como a marca consegue explorar a diversidade cultural e contribuir para a visibilidade dos artistas em suas criações.

Palavras chave: desfile de moda; performance; moda autoral.

Abstract: This paper analyzes the “Baba Beach Club” fashion show, presented in 2024 at the Dragão Fashion Brasil festival. The show featured a lifestyle influenced by the beach in Fortaleza, and live music and dance performances by artists from Ceará. The work uses a qualitative approach, with an exploratory and descriptive method. The results show how the artistic performance carried out in the fashion show reinforces the narrative of the collection and, even more, how the brand manages to explore cultural diversity and contribute to the visibility of artists in their creations.

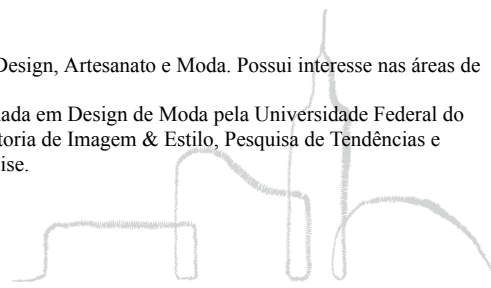
Keywords: fashion show; performance; authorial fashion.

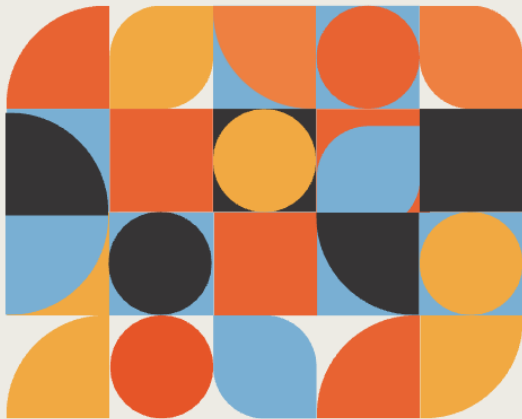
Introdução

O presente trabalho realiza uma análise do desfile Baba Beach Club, da marca Baba, cujos diretores são Gabriel Baquit e Roberto Albuquerque. A coleção, que conta com 36 looks, traz para as peças de vestuário e para o *styling* referências do Bairro Praia de Iracema, em Fortaleza, e foi apresentada no Dragão Fashion Brasil Festival em 2024. Para a produção de moda, além de modelos tradicionais do casting, os diretores optaram por trazer 4 performers, que atuaram ao mesmo tempo como performers e modelos. São eles os músicos Emiciomar e Má Dame e as bailarinas Yala Fortal e Deyse Herle, todos cearenses. A pesquisa se propõe a pensar a relação

¹ Bacharela em Moda pela Universidade de Fortaleza. Participa do grupo de pesquisa CADAM - Cultura, Arte, Design, Artesanato e Moda. Possui interesse nas áreas de pesquisa de Moda e Arte, Moda e Performance, Produção de moda, Styling de moda, Moda autoral e Figurino.

² Professora do Curso de Design de Moda na UNIFOR e professora da Escola Modaparamim desde 2012. Graduada em Design de Moda pela Universidade Federal do Ceará (UFC) e Mestre em Artes Visuais (IFCE). Possui especializações em: Gestão do Design de Moda, Consultoria de Imagem & Estilo, Pesquisa de Tendências e Colorimetria. Atua na pesquisa das seguintes temáticas: moda, arte contemporânea, cor, design, corpo e psicanálise.





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

entre a moda e a performance. O objetivo geral é analisar como a performance no desfile “Baba Beach Club”³ (conferir nota de rodapé) reforça artisticamente a narrativa da coleção. Possui abordagem qualitativa, exploratória e descritiva. Os procedimentos foram pesquisa bibliográfica, análise de conteúdo e pesquisa de campo, trazendo teorias como desfile de moda, e moda e performance. Foram realizadas entrevistas com os diretores da marca e o stylist do desfile, chegando ao resultado que a decisão de incluir performances de música e dança em seu desfile traz um elemento surpresa e reforça artisticamente as referências do bairro Praia de Iracema, considerando a vivência dos artistas no local de inspiração da coleção, bem como os criadores da marca.

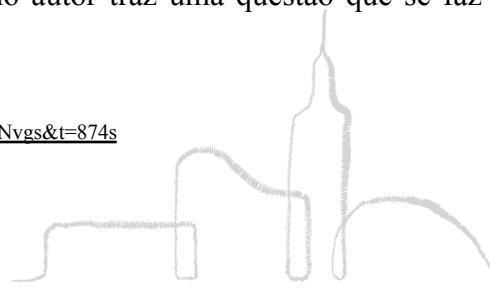
O nome da coleção se dá a partir do ponto físico da loja, localizada no Bairro Praia de Iracema, mais precisamente na Rua Tremembés, 100. A coleção parte de indagações dos criadores - Como era a vida ali? Como era a Baba ali? Foi observado que o profissional criativo, que trabalha na Praia de Iracema, deseja vestir algo que transite entre o formal e informal mas não seja retrógrado. Foram criadas peças de estilo mais *office core*, para atender ao público que lá trabalha. Também houve uma preocupação em como é a roupa dos banhistas na praia, como se veste aquele que vai ao bar no fim da tarde, aquele que vai à boate que acontece à noite, na mesma rua. E sobretudo, um vestir no qual o indivíduo possa chegar na praia, se banhar, trabalhar e ir para a festa, tudo no mesmo dia. Além disso, a marca atua como reforçante da cultura local, ao proporcionar o espaço para que artistas independentes se apresentem, e consequentemente, possam ganhar mais visibilidade.

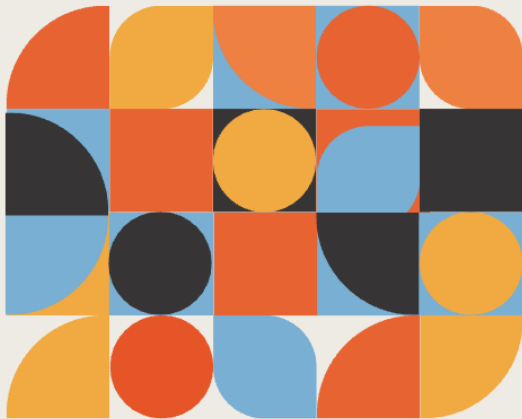
Moda e Performance

A performance, enquanto linguagem artística, consiste principalmente em utilizar o corpo. O próprio artista se coloca na obra, expõe o seu corpo, com o objetivo de gerar alguma reflexão, inquietação, estranheza, alegria, tristeza, dentre muitas outras reações possíveis.

De acordo com Glusberg (2011), performance é uma palavra que possui raiz latina, escolhida pelo grupo artístico que se introduz no começo da década de 1970. O mesmo autor traz uma questão que se faz

³ O desfile Baba Beach Club pode ser assistido no seguinte link: <https://www.youtube.com/watch?v=pC7YZEPNvgs&t=874s>





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

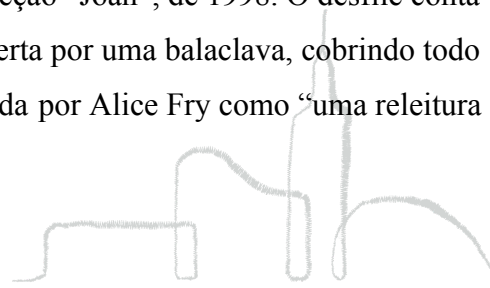
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

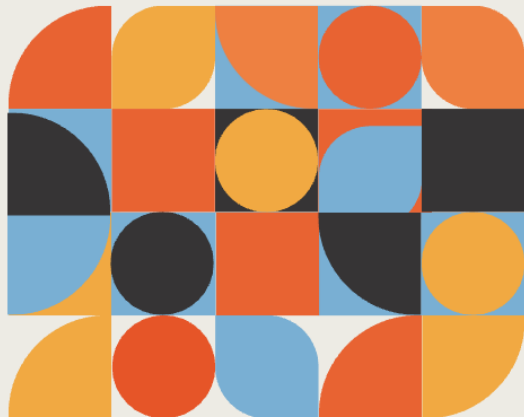
necessário notar: a princípio, a palavra performance possui de maneira inevitável mais de uma conotação: tanto a de uma existência física quanto a de um espetáculo, na percepção de algo para ser assistido.

Na mesma década, um jovem de 24 anos fundava sua marca, “Café Paris”. O jovem era Thierry Mugler, que conforme matéria do Showstudio (online, s/a), desenvolvia sua versão da mulher parisiense por meio de um quê futurista. Em 1974, Thierry transformou a marca, que agora passaria a ter seu mesmo nome. De acordo com Sayej (Forbes, 2022), uma forte característica da marca é a extravagância. O próprio já chegou a afirmar: “Eu fazia roupas porque procurava algo que não existia. Eu tinha que tentar criar meu próprio mundo.”

Seguindo essa linha de raciocínio, pode-se afirmar que para além das coleções, seus desfiles também eram, de certo modo, a sua maneira de criar o seu próprio mundo. Em 1984, conforme Silvano (2021), Thierry executou um desfile no Zénith, um lugar parisiense de espetáculos, num evento celebrativo de 10 anos da marca. Vale ressaltar que na década de 1980, segundo Cohen (2009), a performance inicia a estabelecer-se enquanto sistema e são atraídos para ela vários artistas de mídias distintas, instigados pelo ineditismo que abrange as práticas de vanguarda. Acrescenta-se que não só artistas eram atraídos, como também designers de moda, como é o caso de Thierry. O evento da Mugler contou com 6.000 pessoas, mas nem todas foram convidadas, pois ocorreu a venda de ingressos, algo inovador para a época. O cruzamento com outras práticas artísticas se dá através da teatralidade e da performance presentes no desfile. As modelos não adentravam a passarela na tradicional fila em linha reta e com movimentos contínuos. Algumas dançavam, outras andavam em linhas curvas, outras conversavam entre si ou falavam ao telefone.

Outro designer que possui afinidade com a performance é Alexander McQueen, que através de sua marca homônima, fundada em 1992, trouxe para os seus desfiles vários elementos ligados à teatralidade e à performance. Segundo Figueredo (2020), McQueen está num grupo de criadores que olham para as ansiedades estruturais de sua época e as colocam como elemento principal de criação, utilizando como instrumento a linguagem performativa da moda, visando a transmissão de inquietações da juventude do Reino Unido na década de 1990. Um dos desfiles mais emblemáticos da marca foi o da coleção “Joan”, de 1998. O desfile conta com uma modelo portando um vestido vermelho de franjas e a cabeça coberta por uma balaclava, cobrindo todo o seu rosto, e envolta em um círculo de fogo. A performance é interpretada por Alice Fry como “uma releitura





espetacular da queima de Joana d'Arc” (Fry, 2016, online), despertando no espectador um sentimento de surpresa e angústia. Concluindo, pode-se reafirmar a relevância das marcas Thierry Mugler e Alexander McQueen na construção de um elo entre o campo da moda e o da performance, sobretudo nas décadas de 1980 e 1990, respectivamente, deixando um legado que serviu de impulso para outros designers nos anos seguintes.

Baba Beach Club: Modelos e performances

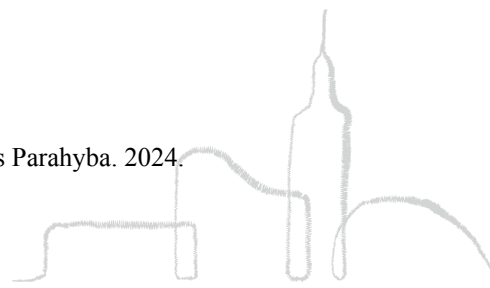
A pesquisa evidenciou que é uma prática da Baba levar o universo da música de Fortaleza às passarelas. Ainda em 2023, a marca apresentou a coleção “Pessoal do Ceará” na qual foram convidados para performar os artistas Mateus Fazeno Rock e Mumutante. No ano seguinte, na 25ª edição do DFB, a Baba trouxe novamente artistas de Fortaleza para se apresentarem no desfile da coleção investigada aqui, a “Baba Beach Club”, dessa vez atuando não só como performers, mas também como modelos.

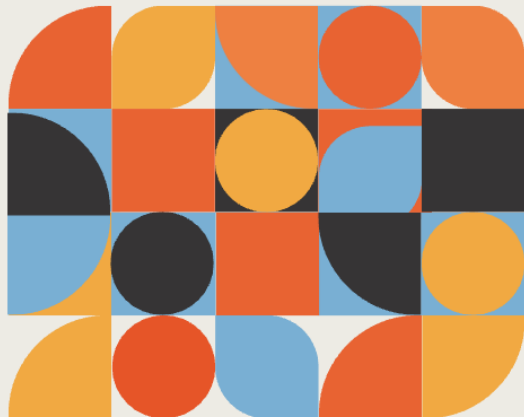
Os artistas escolhidos para a performance foram Emiciomar (cantor, rapper), Má Dame (cantora, rapper), Yala Fortal (bailarina, coreógrafa, professora de danças urbanas) e Deyse Herle (bailarina, modelo). A escolha foi motivada a partir da música “Pode crer” de Emiciomar, que se tornou escuta frequente de um dos diretores. Os designers, já fãs do trabalho de Emiciomar, começaram a observar melhor a música “Pode crer”, que de acordo com os mesmos, tinha tudo a ver com a coleção. No momento em que decidiram isso, não havia ainda nada confeccionado para o desfile, nem mesmo o nome para a coleção, mas já possuíam a certeza de que seriam Emiciomar e Má Dame cantando no desfile.

Figura 1: Emiciomar, Deyse Herle, Má Dame e Yala Fortal, respectivamente, no desfile “Baba Beach Club”.



Fonte: Fashion Bubbles. Fotografia por Roberta Braga e Thais Parahyba. 2024.





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

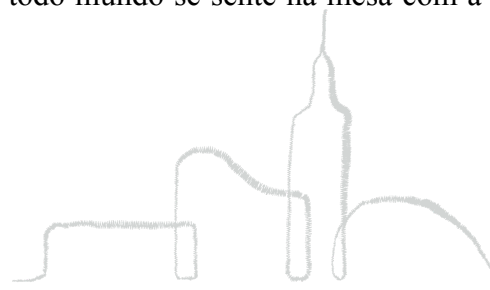
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

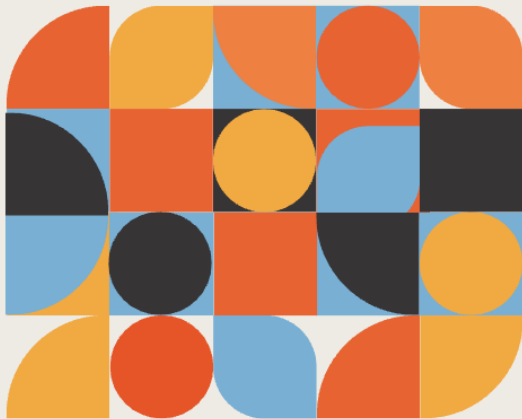
Gabriel disserta sobre a escolha: “A gente acha que ao escolher artistas que estão num momento de crescimento, a gente pode ser um impulso maior para a visibilidade deles.” (Baquit, 2025). Algum tempo depois do desfile, alguns blogs e plataformas relacionadas à moda e cultura publicaram matérias que abordavam novas apostas da música nacional e o Emiciomar foi um dos citados, contribuindo para sua visibilidade na Música.

Conforme citado anteriormente, o DFB é o maior festival de moda autoral da América Latina, ou seja, muitos jornalistas fazem cobertura, o que possibilita a pessoas de todo o país terem acesso ao que está sendo produzido em Fortaleza, tanto das criações de moda quanto das performances, como foi o caso do desfile aqui analisado. As músicas escolhidas para fazer parte das performances foram, respectivamente: Magia de Jubiabá - KatHead, Nic Dias, Emiciomar, Estado Mental Fortal - Má Dame, Pode Crer - Emiciomar, Impregnado - Emiciomar, Na Cena - Má Dame, Pode Crer - Emiciomar (repetida no momento da fila final).

A música Magia de Jubiabá, a qual faz a abertura do desfile, foi pensada justamente para que ele tivesse esse início mais lento, com as imagens da praia passando no vídeo ao fundo. A escolha se deu pois essa é uma música que começa com uma bossa, um violão, e depois evolui para um rap, acelerando. A música é praiana. Inclusive, no clipe, Emiciomar utiliza como cenário a Praia de Iracema, lugar de inspiração da coleção. Na letra, é possível observar algumas referências à cidade de Fortaleza, como no trecho “Passei na frente da sua casa hoje, amor / Tava um calor mó paia / Num quer me ver nem pintado de ouro (oh no) / Eu fui presente e ela deixou na praia.” (KatHead, Nic Dias, Emiciomar, 2023) fazendo referência ao calor e às paisagens praianas.

Colocar performances que possuem músicas como essa ao fundo, então, é mais uma forma de orientar o público nesse universo. Para o público, assistir um desfile e o artista estar falando da praia, é algo que o traz ainda mais para aquele contexto. Todas as músicas selecionadas partem de um ponto de vista cearense, mas falam sobre coisas diferentes, que vão desde o cenário local e o romance na primeira música (Magia de Jubiabá), a Estado Mental Fortal que possui caráter de protesto, ao abordar sobre a vida na periferia. A Baba visa um diálogo que abrange todas as classes sociais. “A gente gosta que todo mundo se sente na mesa com a gente, a gente se inspira.” (Roberto Albuquerque, 2025).





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

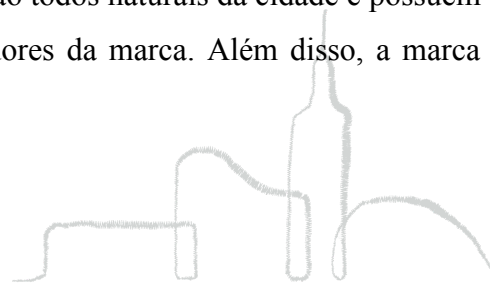
FAAP - SÃO PAULO

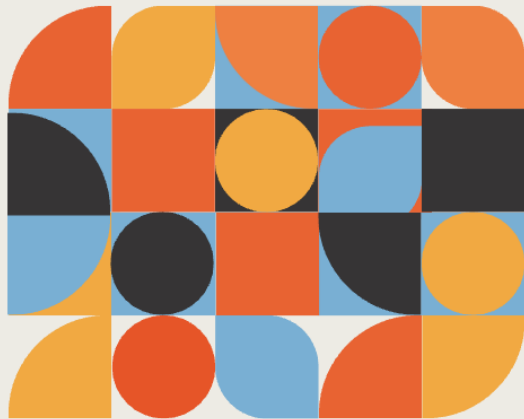
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

No contexto social atual, muitas pessoas não têm oportunidades de acesso à cultura, ao mesmo tempo há uma micro democratização no fato de o público poder conhecer o artista que vive em bairros periféricos. Ao falar do acesso, pode-se fazer uma ligação com o primeiro desfile aberto ao público, mesmo que não em sua totalidade, como foi o caso do desfile comemorativo de Thierry Mugler citado anteriormente. Há uma diferença, no entanto, entre o desfile no Zénith, com a proposta do DFB, que é a de ser, além de aberto ao público, um evento gratuito. Na visão de Gabriel, por mais que a moda seja “muito elitizada, elitista” (Baquit, 2025) e de terem a consciência de que nem todos se sentem à vontade para ir para um espaço como esse, ele é um evento cuja entrada não é cobrada, permitindo o acesso a pessoas de várias classes sociais, oferecendo uma oportunidade a elas.

Ao serem questionados sobre a escolha das performances ao vivo ao invés de um vídeo, os criadores respondem que essa última opção nem foi cogitada. Assim como em um desfile, na dança há pessoas em movimento, o que por si só já aproxima as duas linguagens - a do catwalk e a da dança. Colocar uma pessoa no desfile que não está somente caminhando, seguindo um roteiro tradicional, mas está ali se expressando fisicamente, traz à passarela um elemento surpresa, que chama a atenção do espectador. A ideia da performance, era de mostrar que o produto da marca não é só “desfilável”, não serve somente para uma exibição pontual, em um evento de moda. O produto também é “dançável”, a pessoa que o veste pode lhe dar vida. O cliente, ao observar a performance e se imaginar andando em um ambiente praiano, cantando ou dançando em uma festa, passa a ter uma maior identificação e consequentemente comprometimento com aquele produto. A Baba consegue realizar um trabalho inovador, pois nem todas as marcas que se apresentam no DFB têm esse ímpeto em agregar novas linguagens aos seus desfiles.

Desse modo, é possível concluir que a decisão da marca de incluir performances de música e dança em seu desfile, embora seja algo que demanda planejamento, organização e investimento financeiro, traz um elemento surpresa ao desfile, capaz de emocionar o espectador, e reforça artisticamente as referências do bairro Praia de Iracema em Fortaleza, levando em consideração que os artistas são todos naturais da cidade e possuem vivência no local de inspiração da coleção, bem como os próprios criadores da marca. Além disso, a marca





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

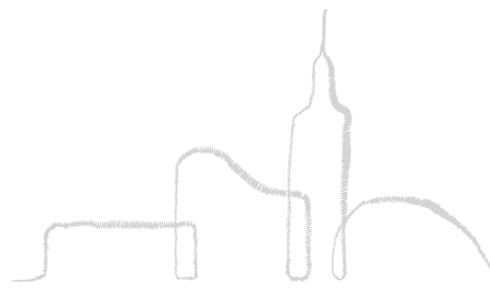
também atua como reforçante da cultura local, ao proporcionar o espaço de um evento de grande porte para que artistas independentes se apresentem, e consequentemente, possam ganhar mais visibilidade.

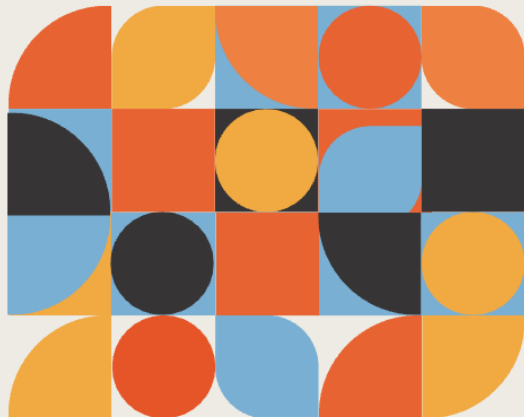
Considerações Finais

A pesquisa partiu da hipótese que a performance dentro do desfile “Baba Beach Club” reforça artisticamente a narrativa da coleção. Para analisar a veracidade dessa hipótese, foi necessário o uso da semiótica e das metodologias utilizadas ao longo do trabalho ao observar a coleção e o desfile de moda. Ao realizar a análise, houve a apreensão de referências tanto do campo estético quanto do semântico, ressaltando o local onde a marca está inserida e como isso impactou em suas criações. O trabalho se mostrou viável, devido a acessibilidade no contato com os diretores, que na entrevista, colaboraram no aprofundamento do percurso criativo da coleção e quais foram os pontos importantes na produção de moda ao incluir a performance.

No que diz respeito ao objetivo geral do trabalho, é possível declarar que foi atingido, pois observou-se que a marca Baba, através da linguagem da performance, trouxe às passarelas a contação de uma história, que possui um significado, que vai além da peça de roupa. A trilha sonora, que contou com artistas locais, contribuiu para ampliar a visibilidade dos artistas, além de realçar a coleção em questão. Através das performances de dança e música ao vivo, juntamente com o papel do styling, iluminação, cenário, e vídeo, os profissionais, que trabalharam em conjunto, conceberam uma imagem final que reafirma signos da marca, respeita sua missão, visão e valores, desperta o desejo no consumidor e traduz na coleção o que a Baba estava vivendo na Praia de Iracema.

Por fim, recomenda-se a partir desse trabalho que cresçam em número as análises de marcas de moda autoral, sobretudo as que prezam pela diversidade e valorização da cultura local em suas criações, investigando marcas cujo ano de fundação pode ser considerado recente (como a Baba, fundada em 2019), contribuindo assim para a quantidade de material disponível para estudo sobre essas marcas, que até então é escasso.





Referências

- COHEN, Renato. **Performance como linguagem**. 2. ed. São Paulo, Brasil: Perspectiva, 2009.
- FIGUEREDO, Henrique Grimaldi. Performar o risco: quatro necrológicos contemporâneos em Alexander McQueen. **Periódicos SBU UNICAMP**, Campinas, SP, Brasil, v. 9, 2020. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/conce/article/view/8659720/24010>. Acesso em: 2 maio 2025.
- FRY, Alice. **Artist Inspiration – Alexander McQueen**. Online, 2016. Disponível em: <https://alicefryart.wordpress.com/2016/11/15/alexander-mcqueen/>. Acesso em: 2 maio 2025.
- GLUSBERG, Jorge. **A arte da performance**. 2. ed. São Paulo, Brasil: Perspectiva, 2011.
- KATHEAD; NIC DIAS; EMICIOMAR. **Magia de Jubiabá**. YouTube, 2023. 3min30s. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=diN3Ewg4Cu4>. Acesso em: 5 maio 2025.
- LOPES, Laila. **Baba apresenta coleção “Baba Beach Club” no DFB Festival 2024**. Online, 2024. Disponível em: <https://www.fashionbubbles.com/estilo/baba/>. Acesso em: 5 maio 2025.
- SAYEJ, Nadja. **Wise Words From Fashion Designer Thierry Mugler**. Online, 2022. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/nadjasayej/2022/01/23/wise-words-from-fashion-designer-thierry-mugler/>. Acesso em: 1 maio 2025.
- SHOWSTUDIO. **MUGLER**. [S. l.], 2017. Disponível em: <https://www.showstudio.com/contributors/mugler>. Acesso em: 1 maio 2025.
- SILVANO, Filomena. Quando as roupas habitam a cidade: as fashion weeks e a transmutação ritual dos lugares. **Latitude Revista**, [s. l.], v. 15, ed. 2, 2021. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/latitude/article/download/13122/9517/53531>. Acesso em: 1 maio 2025.

