

Fragmentos da **M**oda:

o **c**ampo da **m**oda no **p**aradigma **c**ontemporâneo

*Dilermando Gadelha de Vasconcelos Neto*¹

*Victor Lopes de Souza*²

*Regina Lúcia Alves de Lima*³

Resumo

Este artigo busca fazer uma reflexão sobre como o fenômeno da moda se transformou na passagem do período moderno ao pós-moderno. Além disso, buscamos evidenciar o papel da moda como uma maneira de comunicação das tensões sociais, funcionando como um espelho da sociedade e como forma de protesto. Como referencial teórico utilizamos as discussões sobre o paradigma contemporâneo propostas por Harvey (2010), Lipovetsky (2008,2009), Jameson (1997, 2006) e Hall (2006). Sobre moda, utilizamos como base os escritos de Calanca (2008) e Braga (2010).

Palavras-chave: *Moda; Comunicação; Pós-Modernidade.*

Moda: variações do efêmero através dos séculos

Um tipo de tanga masculina chamada *chantie* uma túnica de corpo inteiro tanto para homens quanto para mulheres, os *kalasíris*, eram, de acordo com Braga (2009), a indumentária básica usada pelos povos do Egito na Pré-História. Já os gregos da Antiguidade Clássica usavam as famosas túnicas esvoaçantes e fluidas que tinham no drapeado uma de suas maiores características.

¹ Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Pará (2013). E-mail: dilermadogadelha@gmail.com

² Graduando em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Pará. E-mail: victorlopes90@hotmail.com

³ Professora da Faculdade de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará. Doutora e mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail: rebacana@gmail.com

Para muitos dos que vivem nos dias atuais, esses padrões no vestir dos povos do período entre a Pré-História e a Idade Média são a moda que estava em “alta” naquela época. Entretanto, de acordo com Lipovetsky (2009), a maneira de vestir das populações Pré-Modernas não pode ser considerada moda, uma vez que são todas baseadas na religião, nos dogmas, nos cultos ancestrais dessas populações ou na cultura de seus conquistadores e não tem um grau de variação acentuado.

[...] em nenhum caso as variações procedem de uma lógica autônoma, não traduzem o imperativo da renovação regular próprio da moda, mas influências *ocasionais* ou relações de dominação. (...) Mesmo que certas civilizações tenham sido muito menos conservadoras do que outras, mais abertas às novidades do exterior, mais febris por exibição de luxo, jamais puderam aproximar-se do que se chama de moda no sentido estrito, em outras palavras, do reino do efêmero sistemático, das rápidas flutuações sem amanhã. (LIPOVETSKY, 2009: 30)

A moda é uma filha da modernidade, surgiu após o século XIV, como uma das conseqüências do movimento iluminista, que, grosso modo, era uma solução à “escuridão” intelectual, artística e cultural creditada à Idade Média, conhecida também como Idade das Trevas. Nesse período, que durou dos séculos V ao XV depois de cristo, o controle da sociedade, tanto no campo simbólico quanto no físico, era feito pela Igreja e seus dogmas, que ditavam como as pessoas deveriam se portar, vestir, gastar seu dinheiro, trabalhar e até mesmo pensar. Em resumo, todos os campos da vida social eram comandados pela Igreja, que tinha na palavra divina a sua afirmação.

O Iluminismo foi um movimento que rompeu com o paradigma da Idade Média, um movimento de tomada da razão, quando os homens pararam de ter Deus como o centro do Universo (mundo teocêntrico) e passaram a ver a si mesmo nessa posição (mundo antropocêntrico). O período moderno trouxe consigo uma grande mudança no comportamento da sociedade. Livres das amarras da religião, as pessoas puderam dar atenção a coisas que, antes, eram consideradas profanas ou sem importância.

Foi nesse terreno fértil que surgiu a moda, principalmente a partir da modificação na indumentária dos homens e mulheres: as mulheres passaram a usar roupas longas e ajustadas (ainda o vestido longo, só que mais decotado e colado ao corpo) e os homens também justas, porém curtas (calças que delineavam o formato da perna e o *gibão*, espécie de jaqueta curta). (LIPOVETSKY, 2009)

Acompanhando as modificações estruturais estabelecidas pela modernidade, a moda passou a ser o reino do fantástico, do efêmero. A individualidade que os tempos modernos ensejavam e a padronização cultural que teve início nas dinâmicas capitalistas do sistema fordista delinearão duas das principais características da moda: a primeira delas é a busca pelos prazeres fúteis e pontuais, pelo pequeno detalhe que diferenciava uma pessoa de qualquer outra.

Organizando uma forma feita ao mesmo tempo de excessos e de variações mínimas, a moda trabalhou no refinamento do gosto e no aguçamento da sensibilidade estética; sensibilizou o olho, educando-o para discriminar as pequenas diferenças, ter prazer nos pequenos detalhes sutis e delicados, para acolher as formas novas. O vestuário, que já não é aceito de geração em geração, e conhece uma multidão de variações e de pequenas opções, permite ao indivíduo desprender-se das normas antigas, apreciar mais individualmente as formas, afirmar um gosto mais pessoal. (LIPOVETSKY, 2009: 42)

A outra característica a ser destacada está relacionada ao sistema fordista e sua influência no mundo cultural e da moda. De acordo com Harvey (2010), a principal mudança do sistema fordista em relação aos sistemas de produção anteriores está na massificação da produção. Henry Ford acreditava que a produção em massa de produtos idênticos e a fragmentação das especialidades do trabalhador fabril trariam resultados mais promissores para a economia. Dessa forma, implementou uma estrutura na qual o proletariado ocuparia apenas uma função no processo de construção do carro, a exemplo do que era feito nas fábricas Ford.

O conjunto de transformações afetou os campos ideológico e cultural, visto fazer parte das idéias de Ford que o trabalhador deveria passar por uma reeducação nos seus padrões de consumo, para que pudessem comprar os bens produzidos por eles mesmos; e de seus momentos de lazer, de modo a guardar forças para a rotina de trabalho. (HARVEY, 2010). A produção de massa também levou a uma massificação nos gostos da população com relação à roupa. De acordo com Lipovetsky (2009) as individualidades na moda estavam presentes mais nos pequenos detalhes, enquanto a totalidade do vestir era padronizada de acordo com o “estilo” predominante em cada época.

As diferenças de classe tinham um papel central na dinâmica da moda na época moderna. Segundo Godart (2010), a moda é baseada num ciclo de imitação e

diferenciação entre as classes: uma classe considerada superior econômica e culturalmente cria um modelo de vestir, que logo é imitado pela classe inferior (classe de massa, que tem o desejo de se parecer com a superior).

A Pós-Modernidade e um novo paradigma social

A partir da década de 60 o mundo vislumbrou o surgimento de um novo paradigma social chamado por muitos pesquisadores de Pós-Modernidade. Segundo Jameson (1997) ele representa um momento de mudanças estruturais na modernidade, que podem ser percebidas nos mais variados campos, como no capitalismo e na cultura.

É importante ressaltar que, de acordo com o autor, longe de ser um movimento de quebra de valores considerados obsoletos – a exemplo da modernidade que transformou radicalmente o modo de viver e pensar a sociedade em relação à Idade Média – a Pós-Modernidade busca os pontos diferenciais com a sua antecessora, o que faz com que muitos teóricos considerem-na mais uma continuação adaptada da modernidade, do que um novo paradigma em si.

O modernismo também se preocupava compulsivamente com o Novo e tentava captar sua emergência (e para isso inventou mecanismos de registro e impressão semelhantes a uma foto de baixa velocidade histórica); o pós-moderno, entretanto, busca rupturas, busca eventos em vez de novos mundos, busca o instante revelador depois do qual nada mais foi o mesmo, busca um “quando-tudo-mudou”, como propõe Gibson, ou melhor, busca os deslocamentos e mudanças irrevogáveis na *representação* dos objetos e do modo como eles mudam.(JAMESON, 1997. pág. 13)

Do ponto de vista do mercado, a principal mudança dos tempos modernos para os pós-modernos está no sistema de produção. Enquanto na modernidade o sistema que imperava era o fordismo, no pós-moderno o sistema de acumulação flexível (também conhecido com pós-fordismo) foi o que tomou conta do capitalismo em escala global (HARVEY, 2010). À produção em massa do fordismo, se opõe o capitalismo de escopo baseado sempre na individualidade do consumidor. Não eram mais feitos produtos idênticos, em larga escala, para o consumo de massa, mas sim uma produção pequena que se adaptava às vontades daqueles que iriam comprar os objetos.

As mudanças no capitalismo também influenciaram o campo cultural no período pós-moderno. A partir daquele momento, qualquer processo da sociedade passou a ser

visto como objeto de consumo, elevando ao máximo o conceito de Indústria Cultural erigido pelos teóricos da Escola de Frankfurt.

Assim, a própria cultura pós-moderna, a própria “cultura” se tornou em um produto, o mercado tornou-se seu próprio substituto, um produto exatamente igual a qualquer um dos itens que o constituem: o modernismo era, ainda que minimamente e de forma tendencial, uma crítica à mercadoria e um esforço de forçá-la a se autotranscender. (JAMESON, 1997:14).

Esse alto grau de mercantilização dos bens culturais levou a um enfraquecimento das barreiras do que, na época moderna, era considerado cultura erudita e cultura de massas. Na dinâmica frenética do capitalismo tardio, como nomina Jameson (1997), as classes foram aproximadas culturalmente, isso por causa do surgimento de uma cultura de massa que tendia a unificar os gostos. O que importava, na lógica da indústria cultural, era a possibilidade de transformação dos produtos culturais em mercadoria, para o consumo das várias classes.

Ainda outras duas características são bastante sintomáticas para entendermos as relações culturais na pós-modernidade. A primeira delas – e a mais evidente, segundo Jameson (1997) – é a perda de historicidade. As obras deixam de ter uma referência ao passado, uma referência que seja contextualizada, que traga em sua constituição os traços da história de algum povo, ou de algum país, mesmo de alguma pessoa. As obras passam a ser superficiais, no sentido de que não carregam mais o peso da história e passam a ter um caráter apenas figurativo, de vitrine. O artista se preocupa mais com o valor estético de sua obra do que com a miríade de significado que ela pode produzir.

Outra característica da Pós-Modernidade, e que está diretamente ligada à perda de historicidade, é o que Jameson (1997) chama de esmaecimento do afeto, que se constitui pela ausência (mesmo que não totalmente) de subjetividade, de sentimentos em relação ao objeto. Para entendermos melhor essa característica, seria bom relembramos um pouco das categorias fenomenológicas do semioticista Charles Sanders Peirce.

Para Peirce, a percepção poderia ser dividida em três categorias: primeiridade, secundidade e terceiridade. A primeiridade estaria relacionada ao sentimento, à qualidade que um dado signo provoca naquele que o observa. Já a terceiridade está no campo do lógico e do racional. Último estágio da percepção, a terceiridade está presente

quando racionalizamos o signo que se apresenta, a partir das leis que estabelecem a ligação entre um objeto imediato e o seu *representamem*, no que se chama de símbolo. (SANTAELLA, 2007)

A perda de historicidade e a superficialidade da cultura pós-moderna se encaixariam na categoria da terceiridade, já que estão relacionadas com os contextos e os conhecimentos anteriores àquela obra que tanto o artista que a produz, quanto o observador possuem. Por exemplo, aquele que lê a obra “Os Miseráveis”, do romancista francês Victor Hugo, consegue perceber ali as mazelas de uma sociedade assolada pela fome, pela pobreza e pela injustiça, o que os faz serem miseráveis. Mas essa miserabilidade também está presente na corrupção, no banditismo, na execrabilidade da população.

Os efeitos catárticos – de mudança – que o reconhecimento desse contexto causa no observador estão no campo da primeiridade. Ainda no caso da obra, por exemplo, os sentimentos de tristeza e angústia diante daquela realidade poderiam levar o observador a ter uma atitude mais amigável com as pessoas em vulnerabilidade social. Na pós-modernidade, esse efeito catártico fica reduzido nas obras sem história, o que se caracteriza no esmaecimento do afeto.

Hipermodernidade e o futuro no presente

Como já dito acima, a moda surgiu juntamente com o mundo ao qual se pode chamar de Moderno. Ainda de acordo com o filósofo francês Gilles Lipovetsky (2008), a moda baseia-se em duas características principais: o efêmero e o fantasioso. Por efêmero, entende-se o poder que a moda tem de incitar mudanças contínuas e rápidas, ou, emprestando a definição de Baumam (2010), por se fluida, como um líquido que se adapta ao formato de seu recipiente e que pode mudar sua forma a qualquer momento. Já o fantasioso está relacionado à valorização de prazeres fugazes, considerados de pouca importância, valorização do hedonismo, do “império das aparências”.

Hiperconsumo, hiperhedonismo, hipercultura. É assim que Lipovetsky & Charles (2009) conceituam o contemporâneo. O homem não consegue mais viver sem consumir: consumir informação, consumir cultura, consumir tecnologia para, dessa maneira, se diferenciar do outro. O contemporâneo é marcado por um movimento de perda de memória, em que o passado não mais interessa, ou então é utilizado apenas como

estratégia para reificar o presente (JAMESON, 2006). O importante é viver o presente para, nele, conquistar o espaço almejado na sociedade, mostrar a superioridade, estar sempre à frente. De acordo com Charles (2009) dinâmica da moda não ficou apenas no pequeno mundo do vestuário, mas extrapolou suas barreiras chegando a influenciar todo o modo de viver em sociedade.

Afora o desenvolvimento da autonomia que ela alicerça, a moda desempenhou igualmente papel fundamental no momento de inflexão da modernidade num sentido pós-moderno. Isso porque é com a extensão da moda ao conjunto do corpo social (quando a sociedade inteira se estrutura segundo a lógica da sedução, da renovação permanente e da diferenciação marginal) que emerge o mundo pós-moderno. (LYPOVETSKY, CHARLES, 2009: 19)

O esquecimento do passado e a valorização do presente é uma das características da moda mais representativas do contemporâneo, uma vez que a hipermodernidade, como paradigma tem essa perda de memória como uma de suas nuances principais. Para Lipovetsky (2008), “introduzindo continuamente novidades, legitimando o fato de tomar exemplo nos contemporâneos e não no passado, a moda permitiu dissolver a ordem imutável da aparência tradicional.” Nessa perspectiva, o homem hipermoderno parou de ter no passado, em sua história e tradição, o seu ponto de equilíbrio. Assim como na moda, o homem hipermoderno só pensa no presente, em como ser bem sucedido, em como viver com saúde, como realizar suas necessidades hoje.

0 futuro no presente

Apesar de a vida no hipermoderno ser marcada pela reificação do presente, é importante lembrar que, ainda de acordo com Lipovetsky (2008), essa vida é marcada por uma sempre crescente preocupação com o futuro, que se apresenta a partir da mística do progresso tecnológico.

Quanto menos se tem uma visão teleológica do futuro, mais ele se presta à invenção hiper-realista, com o binômio ciência-técnica ambicionando explorar o infinitamente grande e o infinitamente pequeno, remodelar a vida, gerar mutantes (...) Embora triunfe o tempo breve da economia e da mídia, o fato é que nossas sociedades continuam voltadas para o futuro, menos romântico e paradoxalmente mais revolucionário, pois se dedica a tornar tecnicamente possível o impossível. (LIPOVETSKY, CHARLES, 2004: 68)

Essa valorização do futuro a partir do progresso que a tecnologia agrega à vida social pode ser vista na moda em várias inovações, como a criação de tecidos sintéticos e tecnológicos. Os tecidos sintéticos são considerados progresso na medida em que podem substituir, por exemplo, o uso de peles de animais, podendo imitar o couro de jacaré, cobra, tartaruga, peles de cabra, coelho, raposa, entre outros.



Imagem 1 – Top Model inglesa Kate Moss, com casaco de pele sintética e tendências punk, como o preto, leggin e bota de cano alto. (Fonte: **Mundo das Tribos**)

Já os tecidos tecnológicos

São tecidos que prometem revolucionar a nossa forma de relacionamento com as roupas. Além dos aspectos estéticos e ambientais, eles estão sendo desenvolvidos para colaborar com a saúde do usuário. Nesses tecidos, os fios são feitos de materiais com propriedades físicas específicas, como alta absorção de suor, repelentes a água e óleo, proteção contra raios ultravioletas, retardantes de chamas, entre outros. (Em <http://textileindustry.ning.com/profiles/blogs/tecidos-tecnologicos>. Acessado em 18/06/2011)

Esses tecidos estão sendo utilizados em muitas coleções de estilistas ao redor do mundo (Imagens 2) e sua ligação com as características do contemporâneo não está somente na sua relação com as inovações e progressos tecnológicos, mas também com o que Lipovetsky & Charles (2009) conceituam como o “declínio do *carpe diem*”, ou seja, a insegurança constante que o homem hipermoderno vive em relação ao mundo atual e futuro, relacionada às crescentes tachas de desemprego, desvalorização de diploma e,

onde se faz perceptível a presença da moda e da criação de tecidos tecnológicos, a perda de espaço nas relações sociais e a preocupação com a saúde, o medo de morrer.



Imagem2 – Desfile de Primavera/Verão 2012 da grife masculina Alexandre Herchcovitch no São Paulo Fashion Week (SPFW) 2011. Um dos fortes da coleção foram os tecidos tecnológicos.(Fonte:ffw.com.br)

A androginia, a diminuição da fronteira entre o masculino e o feminino, é outra forte tendência da moda no contemporâneo e que também se relaciona com essa visão do futuro como a transformação do impossível em possível, impossível no sentido da matriz cultural da nossa sociedade, que é baseada no preconceito e na desvalorização da diversidade, tanto no que se relaciona com o gênero, a sexualidade, a etnia, entre outros.

Dois exemplos dessa estética andrógina no campo da moda são os modelos Andrej Pejick e Lea T. Andrej é sérvio e passou a fazer grande sucesso no mercado fashion desde o final de 2010, por causa de seu visual que mistura traços masculinos e femininos. “Musó” do estilista Jean Paul Gaultier, Andrej faz campanhas e desfiles de marcas tanto masculinas quanto femininas. No último Fashion Rio (Semana de Moda do Rio de Janeiro) de Primavera/Verão, que aconteceu na segunda semana do mês de junho

de 2011, o modelo desfilou para a grife Auslander, na qual apareceu tanto com roupas femininas quanto masculinas no mesmo evento.



Imagens 3 e 4 – Desfile da grife Auslander no Fashion Rio P/V 2011. Andrej Pejic desfilou tanto vestido de homem quanto de mulher. (Fonte: ffw.com.br)

Já Lea T é uma modelo brasileira conhecida internacionalmente por ser transexual. A modelo é musa de Ricardo Tisci, estilista da grife italiana Givanchy, e já protagonizou vários editoriais de moda em revistas conceituadas, como a Vogue America, além de desfiles internacionais e nacionais, com exclusividade nessa edição do Fashion Rio P/V para a marca de roupa de praia Blue Man.

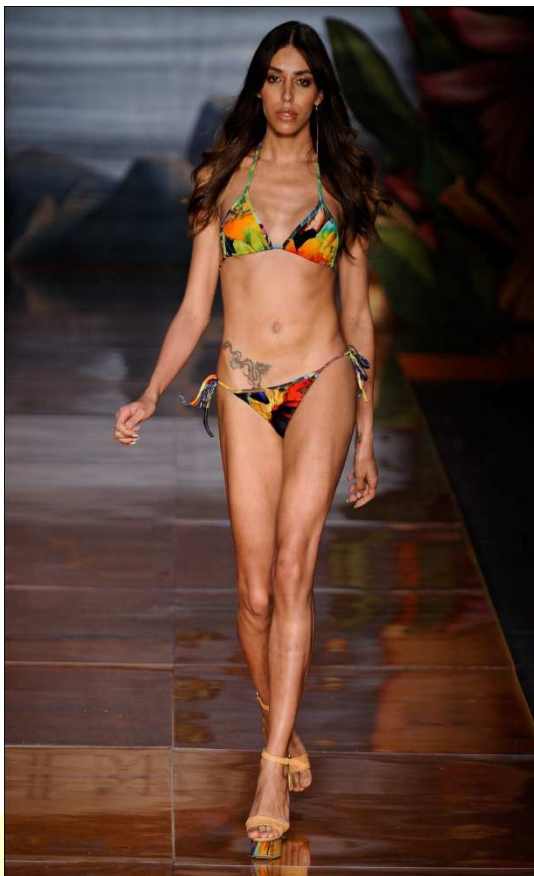


Imagem 5 – Top Model brasileira transexual nos desfiles da grife de roupa de praia Blue Man. Fashion Rio P/V 2011. (Fonte: ffw.com.br)

A androginia também se enquadra em outra característica do contemporâneo, que é o enfraquecimento dos papéis estáveis estabelecidos na era moderna, nesse caso os papéis do homem e da mulher. De acordo com Hall (2006), quando cita Laclau, esse enfraquecimento dos papéis estabelecidos na modernidade pode ser chamado de “deslocamentos”, ou seja, a mudança e a fluidez das matrizes culturais, que não são mais únicas e sim várias.

Uma estrutura deslocada é aquela cujo centro é deslocado, não sendo substituído por outro, mas por “uma pluralidade de centros de poder”. As sociedades modernas argumenta Laclau, não têm nenhum centro, nenhum princípio articulador ou organizador único e não se desenvolvem de acordo com o desdobramento de uma única causa ou lei. (HALL, 2006: 16)

Mosaico fashion

Esses deslocamentos são o que muitos pensadores do pós-moderno chamam de fragmentação da cultura ou, como diria Lyotard (2009), o fim das grandes narrativas. Assim como a descentração do sujeito proclamada por Hall (2006), a cultura e a identidade no contemporâneo deixaram de ser únicas, para serem formadas por vários fragmentos das manifestações sociais e culturais com as quais o homem se identifica (HALL, 2006), sejam elas locais, globais, nacionais. A moda, também como uma manifestação cultural, passou a ser fragmentada, a não possuir um estilo único com diferenças pontuais.

A fragmentação da moda reflete a fragmentação da cultura do pós-moderno. Assim definido não por ser pós-cronológico, mas por ser pós-temático, o pós-modernismo – como foi codificado por Lyotard em 1079 – contrapõe-se à modernidade, entendida como a vontade de construir sistemas, teorias, interpretações totalizantes, como sistema que acredita na racionalidade, no valor positivo da ciência e da tecnologia, acredita no progresso do desenvolvimento histórico e do pensamento. (CALANCA, 2008: 190)

No período moderno, o paradigma de pensamento iluminista e o capitalismo tendiam a unificar e uniformizar o homem e a vida. O sujeito cartesiano tinha uma identidade única, o consumidor fordista consumia produtos feitos em escala massiva, iguais para todos, pouco ou quase nada individualizantes.

Os estilos de vestir, apesar de já acompanharem as mudanças sociais sincronicamente, também eram únicos. Um exemplo é a moda da década de 1920. De acordo com Braga (2009), essa época tinha um modo de vestir influenciado pela dança, como o *jazz*, o *charlston* e o *foxtrot*, baseadas no funcionalismo da roupa e na emancipação da mulher, que já era uma crescente desde a década passada, por causa da Primeira Guerra Mundial. As principais tendências da época, e que perduraram por cerca de uma década, foram a cintura baixa, o volume cilíndrico de vestidos e saias, cabelos curtos e chapéu *colche*.

Esse visual era baseado numa tentativa de androginia, pois as mulheres emancipadas, que já tinham atingido o mercado de trabalho, queriam se parecer com os homens e a cintura baixa mostra a tentativa de criação de uma silhueta mais reta, em

contraponto com o corpo “violão” das épocas anteriores, marcadas pelo uso de espartilhos (BRAGA, 2009).



Imagem 6 – Croquis de vestidos no estilo da década de 20. Cinturas baixas, chapeiscolche e formato cilíndrico. (Fonte: **Pethalachicablogue**)

No pós-moderno, mais precisamente a partir das décadas de 60, a moda passou a ter um visual também mais fragmentado, principalmente levando em conta os movimentos de contracultura que, segundo Hall (2006) quando fala do feminismo, era caracterizado pelo combate às estruturas fixas e hegemônicas cristalizadas tanto na esfera social, quanto na esfera de mercado.

O feminismo faz parte daquele grupo de “novos movimentos sociais” que emergiram durante os anos 60 (o grande marco da modernidade tardia) juntamente com as revoltas estudantis, os movimentos juvenis contraculturais e antibelicistas, as lutas pelos direitos civis, os movimentos revolucionários do “Terceiro Mundo”, os movimentos pela paz e tudo aquilo que está associado com “1968”. (HALL, 2006: 44)

Hall (2006) identifica algumas características desses movimentos e que estão diretamente relacionadas com os rumos que a moda toma a partir dessa metade de século:

- Esses movimentos se opunham tanto a política liberal capitalista do ocidente, quando à política “estalinista” do oriente;
- Eles suspeitavam de todas as formas burocráticas de organização e favoreciam a espontaneidade e os atos de vontade política;
- Como argumentando anteriormente, todos esses movimentos tinham uma ênfase e uma forma *cultural* fortes. Eles abraçaram o “teatro” da revolução;
- Eles refletiam o enfraquecimento ou o fim da classe política e das organizações políticas de massa com ela associadas, bem como sua fragmentação em vários e separados movimentos sociais;
- Cada movimento apelava para a *identidade* social de seus sustentadores. Assim, o feminismo apelava às mulheres, a política sexual aos gays e lésbicas, as lutas raciais aos negros, o movimento anti-belicista aos pacifistas, e assim por diante. Isso constitui o nascimento histórico do que veio a ser conhecido como a *política de identidade* – uma identidade para cada movimento. (HALL, 2006: 44-5)

A partir dessas características, pode-se observar a magnitude que os movimentos de contracultura tiveram na luta contra a homogeneização e a hegemonia das estruturas modernas. Para combater o *stablishment* esses movimentos criaram várias ferramentas e uma delas foi a anti-moda, que se caracteriza pela recusa de padrões únicos no vestir, na relação do ser com o seu corpo (CALANCA, 2008).

Esses movimentos fragmentários na moda estão muito relacionados com o surgimento dos estilos de rua, como os hippies, o hip-hop, o movimento punk. Todos esses movimentos tinham a roupa como um dos elementos para mostrar a sua oposição aos estilos dominantes. Usavam cabelos moicanos, “veludos, lamê, meias calças, peles, botas a mosqueteiro, roupas e tecidos de tapeçaria, usam brincos e colares, e o rosto maquiado”. (CALANCA, 2008: 191-2) Esses estilos, inicialmente, eram considerados aberrantes para os grandes ditadores de moda e para as “famílias de bem” da alta cultura.

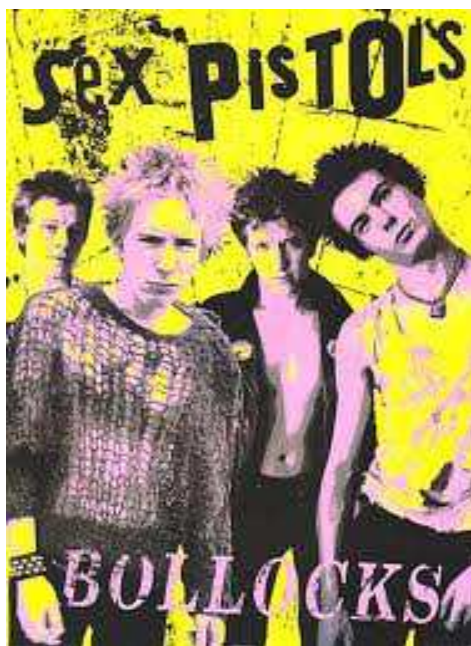


Imagem 7 – Mick Jagger à esquerda e os Sex Pistols à direita, dois dos principais nomes do estilo punk.

(Fontes: poprock.com.pt)

“Os cabelos compridos, os colares, os braceletes, os tecidos floridos, são símbolos que marcam radicalmente a oposição a tudo que é dominante. Os estilos proclamam, por assim dizer, a ruptura, o desprezo pelos valores comumente aceitos” (CALANCA, 2008: 191). É assim que a pesquisadora italiana Daniela Calanca caracteriza a contracultura, a cultura jovem, que também são responsáveis por dois marcos do contemporâneo no campo da moda: a calça jeans e a minissaia.

A calça jeans foi criada pelo vendedor ambulante da Bavária Levi Strauss ainda no século XIX, mas só se popularizou na segunda metade do século 20, como um estandarte da luta jovem pela igualdade. O tecido, de acordo com Calanca (2008), era considerado pobre e usado principalmente pelas classes proletárias. Para demonstrar o seu descontentamento com a estrutura dominante e o seu apoio à essa classe, os jovens começaram a utilizar a calça jeans como a peça principal de seus looks. No início, a peça era considerada uma afronta, por carregar um valor simbólico revolucionário, mas, com o tempo, passou a fazer parte do guarda-roupas de todos, principalmente pela publicidade que grandes empresas começaram a fazer, popularizando a calça. (CALANA, 2008).

Criada pela estilista inglesa Mary Quant, as minissaias também foram um símbolo da moda contemporânea. Inicialmente elas eram circunscritas apenas ao mundo do roque, sempre com o caráter de luta e descontentamento, e “difunde-se primeiro nos ambientes próximos ao espetáculo e à arte, e depois por toda a parte.” (CALANCA, 2008. Pág. 192). Eram também uma forma de liberdade da mulher, em relação às censuras que vivam na época o gênero feminino.

Outro dos sintomas do pós-modernismo no campo cultural é, de acordo com Jameson (1997), é a perda de historicidade, ou seja, a perda dos significados históricos e sociais da conjuntura representada em uma obra de arte, por exemplo, quando essa é transplantada para outra conjuntura. No contemporâneo, justamente por esse processo de “apagamento” das tradições e valorização do presente, a história passa a ter um papel unicamente alegórico, o passado aparece como estratégia para “comercializar” uma idéia, no que Jameson (2006) chama de pastiche.

No campo da moda o pastiche é muito presente, pois a moda é baseada num sistema de retomada de estilos anteriores – a moda *vintage*, por exemplo – que são reestruturados em novos formatos e conjuntos, mas mantendo a mesma matriz. Entretanto, seguindo a característica do pastiche e da perda de historicidade, essas retomadas de fragmentos de estilos anteriores não estão relacionadas com as dinâmicas sociais da época, mas sim utilizadas como valores estéticos.

A coleção de Alta Costura de Primavera 2011 da grife francesa Chanel é um bom exemplo de pastiche. Nela, o estilo das décadas de 20 e 30 é revivido, trazendo algumas das características que já foram citadas acima, como a cintura baixa, silhueta mais solta e vestidos na altura do joelho. Essas tendências que apareceram nas roupas da coleção estão relacionadas com a inspiração do estilista Karl Lagerfeld para a criação da coleção, a cooperação de Coco Chanel com a artista Marie Laurencin⁴ em 1923, mas não com os motivos pelos quais tais características faziam parte da moda da época, como a emancipação da mulher e o androginismo.

⁴ Crítica da coleção de Alta Costura Primavera 2011 da Chanel cf. <http://www.style.com/fashionshows/review/S2011CTR-CHANEL>.



Imagem 8 – Coleção Alta Costura Primavera 2011 da Chanel traz tendências da moda das décadas de 20 e 30. (Fonte: Style.com)

Considerações finais

Apesar de o homem vestir-se desde a época pré-histórica, a roupa e os acessórios só passaram a ser considerados moda na época moderna, a partir de suas duas características principais: o efêmero e o fantasioso. Com o passar do tempo, a moda foi se especializando e seguindo o fluxo da história como um signo de todas as modificações que aconteciam no corpo social (BRAGA, 2009).

Primeiramente, ela era circunscrita às elites, mas, na pós-modernidade, o vestir passou a ser democrático. Talvez não no sentido do que é considerado belo, ou chique, ou *in*, mas no sentido que dá Calanca (2008: 191): “A característica dessa anti-moda é estar fora de qualquer padrão ou imposição, permitir a cada uma mais completa liberdade de vestir-se”.

O objetivo deste trabalho era mostrar a configuração desse campo na contemporaneidade. É uma empreitada difícil, visto que a moda se constitui de uma miríade de formas, nuances e relações típicas da pós-modernidade. Algumas dessas nuances, que podem ser retomadas em trabalhos posteriores, são a aura que a Alta Costura, como moda feita para “bons” e “poucos”, tem com a relação ao democrático

prêt-à-porte, ou mesmo a relação do homem com seu corpo, a *tattooagerenassaince*, uma maneira de se rebelar com a ditadura do corpo que existia no período pós-moderno.

Enfim, podemos perceber que a moda, talvez por ser um campo que mexe com o imaginário e que está sempre evidente, já que todos carregam a moda em seus corpos 24 horas, sempre foi uma forma de comunicação da revolta e de descontento com as intimidades sociais. Terminamos esse trabalho com uma citação do filósofo francês e estudioso da moda Gilles Lipovetsky.

Enquanto princípio-moda “tudo o que é novo apraz” se impõe como rei, a neofilia se afirma como paixão cotidiana e geral. Instalaram-se sociedades reestruturadas pela lógica e pela própria temporalidade da moda; em outras palavras, um presente que substitui a ação coletiva pelas felicidades privadas, a tradição pelo movimento, as esperanças do futuro pelo êxtase do presente sempre novo. (LIPOVESTKY, 2009: 60)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUMAN, Zygmunt. **A modernidade líquida**. São Paulo: Jorge Zahar, 2010.
- BRAGA, João. **História da moda: uma narrativa**. 8ª ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2009.
- CALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo: Editora Senac SP, 2008.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na Pós-Modernidade**. São Paulo: DP&A, 2006.
- HARVEY, David. **A condição Pós-Moderna**. São Paulo: Loyola, 2010.
- JAMESON, Frederic. **Pós-Modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ática, 1997.
- JAMESON, Frederic. **A Virada Cultural: reflexões sobre o pós-modernismo**. São Paulo: Civilização Brasileira, 2006.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LIPOVESTKY, Gilles. CHARLES, Sébastien. **Os tempos Hipermodernos**. São Paulo: Editora Barcarolla, 2009.

LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2009.

SANTAELLA, Lucia. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

FFW. Disponível em: <http://ffw.com.br/>. Acessado em 18/06/2011, às 23h00.

Mundo das Tribos. Disponível em: <http://www.mundodastribos.com/casacos-de-pele-sintetica.html>. Acessad em 20/06/2011, às 14h08.

Pethalachica. Disponível em: <http://pethalachica.blogspot.com/>. Acessado em 19/08/2011, às 10h30.

Poprock. Disponível em: <http://poprock.com.pt>. Acessado em 19/06/2011, às 14H24

The têxtil industry.

Disponível em: <http://textileindustry.ning.com/profiles/blogs/tecidos-tecnologicos>. Acessado em 18/08/2011, às 21h30.

Style.com. Disponível em: <http://www.style.com/fashionshows/review/S2011CTR-CHANEL>. Acessado em 20/06/2011, às 14h50.